

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



**XVII EDICIÓN MAGÍSTER EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

ENVASADO SOSTENIBLE



IRENE IDOATE GÁRRIZ

RODRIGO JIMÉNEZ

MARCO MARTINEZ LEÓN

RAÚL NOVO GARCÍA

JUAN M. SAENZ DE TEJADA

MARTA TRAI DÍAZ

TUTOR: LUIS HERNÁNDEZ G. DE QUIJANO

Nuestro agradecimiento a la Universidad Complutense de Madrid y, en especial, a Javier Oyarzun de Laiglesia director de la XVII edición del Magíster en Comercio Internacional.

Por los conocimientos y experiencias enriquecedoras obtenidas a través de los diferentes módulos realizados en el ámbito del Magíster, queremos hacer extensivo nuestro agradecimiento a todos los profesores y participantes del mismo.

A Begoña García de Andoain, coordinadora del Magíster, por las facilidades concedidas y por prestarnos su ayuda siempre que lo hemos necesitado.

A Don Luis Hernández Gutiérrez de Quijano, tutor de este proyecto, por su ánimo y apoyo continuos, su dedicación, su rigurosidad docente y sin cuya colaboración hubiera sido imposible realizar el presente trabajo.

1. INTRODUCCIÓN

2. CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

- Nombre y tipo de sociedad
- Nombres y cargos de los socios
- Organigrama
- Trámites para constituir una sociedad

3. ESTUDIOS DE MERCADO

- País de origen del producto: China
- País de destino del producto: España

4. ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y OPERACIÓN COMERCIAL

- Presentación del producto
- Legislación
- Proveedores
- Competencia
- Tabla comparativa de precios
- Clientes

5. FISCALIDAD DE LA OPERACIÓN

- Derechos de importación y clasificación arancelaria
- Régimen de comercio exterior
- Formalidades aduaneras
- IVA e I.I.EE.

6. TRANSPORTE Y SEGURO

- Transporte
- Seguro

7. MEDIO DE PAGO

- Elección del medio de pago
- Operación: pago
 - Transferencia
 - Crédito documentario
- Riesgo de tipo de cambio

8. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

- Marketing
 - Página Web
 - Análisis DAFO
 - Promoción

9. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

10. ANÁLISIS COSTE-BENEFICIO DE LA OPERACIÓN

- Escandallo

11. CONCLUSIONES

12. BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN

A lo largo de los últimos años, instituciones y ciudadanos han tomado conciencia de los problemas derivados de la utilización de plásticos y demás materiales que no se pueden reciclar. Prueba de ello son las continuas leyes promulgadas por la mayoría de los gobiernos europeos en materia medioambiental. También hay otros factores que han fomentado el uso de este tipo de productos como el elevado precio, en continuo crecimiento, de las resinas del petróleo.

Hoy, más que nunca, es evidente que lo ecológico vende. Y ha trascendido de los mercados nacionales para ocupar un puesto más que merecido en el panorama internacional. El mercado de la alimentación es el principal consumidor de envases y embalajes plásticos, comprendiendo un 60% del consumo (53% para envases para comida y 25% para envases de bebidas) por lo tanto, también es el que va a demandar una mayor cantidad de envases biodegradables que sustituyan a los contaminantes. Este sector ya ha experimentado un fuerte crecimiento en países europeos como Francia, Gran Bretaña, Italia o Países Bajos. Grandes multinacionales del sector abren nuevas sucursales en mercados donde hace tan solo diez años atrás era inimaginable, demostrando que es posible crecer siendo respetuoso con el medioambiente.

Desde YouGlobe-Traders nos hemos hecho diversas preguntas y se las hemos querido trasladar a nuestros clientes: ¿ha llegado el momento de empezar a tomar medidas en lo referido a la contaminación? ¿Qué podemos hacer todos juntos al respecto? Y, lo que es más importante, ¿cuánto estás dispuesto a pagar por ello? Por eso queremos defender nuestro producto en un mercado altamente competitivo donde las alternativas verdes escasean demostrando que es posible desarrollar proyectos rentables y económicos para el bolsillo del consumidor. También creemos que la idea difundida que afirma que los productos ecológicos tienen que ser necesariamente caros es errónea y a lo largo de este proyecto, con ayuda de cifras, demostraremos y defenderemos nuestra posición.

Nuestro proyecto no se basa solo en las ideas y en las creencias sino que también está apoyado por informes, leyes y por el, más que evidente aumento, de la demanda reclamando productos menos contaminantes por parte del consumidor final. Según datos del Instituto para Estudios de Prospectiva Tecnológica (IPTS), perteneciente a la Comisión Europea, varios estudios prevén una tasa de crecimiento anual de un 30% para los plásticos biodegradables en Europa y EE.UU.

Por lo tanto ha sido uno de nuestros principales objetivos el estudio para el posterior desarrollo de la viabilidad económica del proyecto utilizando para ello diversas herramientas, entre las que destacan: profundos estudios socioeconómicos tanto del país de origen como de destino de la operación, contacto continuo con agentes interesados en la operación tanto en lo referido a la oferta como a la demanda, detallados análisis coste-beneficio e investigación de las particularidades aduaneras de nuestro producto.

De todos los papeles que podíamos haber representado en la operación decidimos constituirnos como agentes. Creemos que es la posición más beneficiosa y realista de acuerdo a nuestra situación y capacidad económica. De esta forma realizaremos toda la operación para nuestros clientes sin invertir nuestro capital personal en la misma, cobrando una comisión por nuestros servicios y asesorando al cliente ante cualquier duda que pueda surgirle.

Muy a nuestro pesar sabemos que es una misión complicada pero vamos a intentar contribuir con este proyecto a hacer de nuestro planeta un lugar un poco más agradable y habitable para todos.



CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

A continuación haremos referencia al tipo de sociedad que hemos adoptado y las razones que nos han llevado a tomar la decisión, los cargos que ocupamos en dicha sociedad y los pasos que hemos seguido en su constitución. También hemos querido destacar cuáles son las responsabilidades legales que afrontamos, bien sea como administradores o como meros socios.

Nombre de la Sociedad

YOUNGLOBE TRADERS, SOCIEDAD LIMITADA.

Tipo de Sociedad.

Para realizar operaciones en el tráfico mercantil podemos adoptar diversas formas jurídicas. Hemos tomado la decisión de constituir una persona jurídica en base a diversos factores:

- En primer lugar, a pesar de emprender nuestras actividades como intermediarios en el comercio internacional, no realizamos operaciones por cuenta propia y no queremos comprometer nuestros bienes presentes y futuros con las posibles obligaciones contraídas en el ejercicio de nuestra actividad. Esto no quiere decir que no estemos sujetos a responsabilidades por actos ilícitos, como indicamos a continuación.
- En segundo lugar, la decisión se ha tomado por el hecho de que es más sencillo financiar una empresa si ésta es una sociedad que si no lo es. Es decir, uno de los factores que llevan a la quiebra de las empresas es la falta de capitalización. La financiación puede buscarse mediante aportaciones de los socios o en capital ajeno, pudiendo proceder éste de entidades de crédito o de terceros. Pues bien, aunque inicialmente nuestro objeto social es la intermediación, en algún momento futuro puede ser de utilidad realizar operaciones por cuenta propia. En esa situación la financiación es fundamental y si no queremos responder con nuestro patrimonio personal ha de ser una sociedad quién solicite la financiación a terceros. Adicionalmente, disponer de una sociedad permite aspirar a fórmulas de financiación de capital riesgo o *angel investment* como créditos subordinados. En relación a esto hemos de notar que, a la hora de solicitar subvenciones o ayudas públicas, se requiere en la mayoría de las bases, contar con una persona jurídica.

- En tercer lugar por la imagen de credibilidad que debemos desarrollar ante nuestros contactos internacionales. No es lo mismo presentarse como una comunidad de bienes donde la solvencia del grupo ha de dilucidarse atendiendo a la solvencia de los partícipes y la cuál no puede examinarse en ningún registro público, que presentarse como una persona jurídica cuya solvencia e historial es fácilmente verificable en registros públicos y bases de datos privadas.

Una vez hemos decidido la necesidad de constituir una persona jurídica tenemos que escoger la que mejor se adecue a nuestras necesidades de entre todas las posibles (sociedad colectiva, comanditaria, anónima, de responsabilidad limitada, laboral, cooperativa). Pues bien, hemos escogido la Sociedad Limitada por haber descartado el resto de fórmulas mercantiles por considerarlas inapropiadas. A continuación explicaremos el por qué. Hemos descartado la Sociedad Colectiva porque en estas sociedades la condición de socio no puede transmitirse, es una sociedad personalista, y, además, los socios responden ilimitadamente con su patrimonio. Hemos descartado la sociedad Comanditaria, porque mezcla socios capitalistas no responsables, con socios personalistas responsables. Hemos descartado la sociedad laboral porque limita el número de trabajadores no socios que puede contratar la empresa. Hemos descartado la Cooperativa porque exige crear fondos sociales para los fines de los socios. Finalmente hemos rechazado la Sociedad Anónima porque requiere un capital social de 60.101,21 euros con un desembolso mínimo de 15.025 euros.

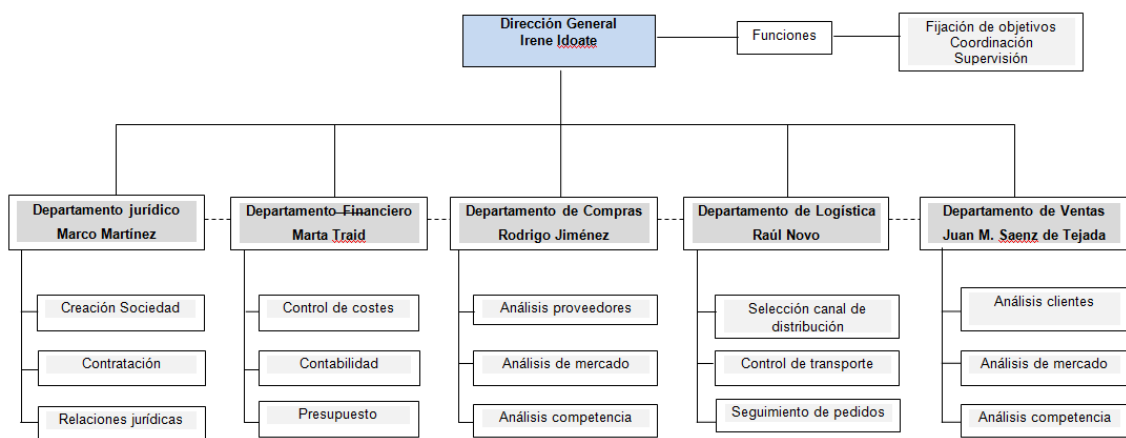
Dentro de las Sociedades Limitadas existen dos versiones, la convencional y la de Nueva Empresa. De ellas hemos de optar por la Sociedad Limitada convencional, no pudiendo aspirar a la Sociedad Limitada de Nueva Empresa que acorta los plazos de constitución, por ser seis socios, excediendo en uno el legalmente exigido para este tipo de fórmula mercantil. La ventaja práctica que tiene el nuevo tipo de sociedades limitadas es que es el propio notario es el que solicita el NIF provisional, evitando la necesidad de acudir personalmente a la AEAT de Guzmán el Bueno.

Nombre y Cargo de los Socios

A la hora de fijar la división funcional de la empresa, estableceremos cinco departamentos claramente diferenciados, aunque todos ellos con una interdependencia clara y supervisadas por la Dirección General.

- La Dirección General se encarga de mantener los objetivos acordados en la Junta General, coordinando y supervisando el desempeño de todos los departamentos. El puesto corresponderá a Irene Idoate e irá asociado al nombramiento como administrador solidario y dispondrá de las facultades que especificamos en los estatutos que se adjuntan como anexo y que explicaremos en apartados posteriores.
- Departamento de Ventas se encargará del análisis del mercado de demanda, de la competencia, prospección de potenciales clientes y venta y gestión de clientes. Estará dirigido por Juan M. Saenz de Tejada.
- Departamento de Compras es el encargado de analizar la oferta en los diferentes mercados internacionales, analizar potenciales proveedores y el mantenimiento de relaciones. Este departamento estará dirigido por Rodrigo Jiménez.
- Departamento de Logística es el encargado del control del transporte y logística, seguimiento de pedidos y solución de incidencias. Este departamento lo dirigirá Raúl Novo.
- El Departamento Financiero se encarga de la teneduría y análisis contables, del control de pagos y cobros interno. También se encarga de plantear las operaciones exteriores para nuestros clientes y examina desviaciones. Estará dirigido por Marta Traid.
- El Departamento Jurídico se encarga que supervisar las cuestiones jurídicas de la constitución y posibles modificaciones de la sociedad, redacta los contratos con clientes y proveedores y asesora a la sociedad en litigios arbitrales y jurisdiccionales. Estará dirigido por Marco Martínez.

Organigrama



Trámites para constituir la Sociedad.

Para constituir la sociedad podemos seguir el procedimiento tradicional o el establecido en el portal CIRCE, para el que es necesario tener firma digital instalada lo que nos ahorra desplazamientos. En ambos casos es necesaria una certificación negativa de nombre, solicitud de NIF provisional y un certificado de depósito en entidad de crédito

Certificación negativa de nombre.

Para constituir una sociedad es necesario entregar una solicitud en el Registro Mercantil y obtener una certificación que confirme que el nombre elegido para la sociedad no coincide con el de otra existente.

Así hemos obtenido una Certificación del Registro Mercantil Central, Sección de denominaciones, situado en la c/ Príncipe de Vergara, 94 28006 Madrid que certifica que la denominación “YOUGLOBE TRADERS, SOCIEDAD LIMITADA”, no figura registrada. Esta certificación queda reservada a nuestro favor, como solicitantes, por el plazo de seis meses. No obstante la certificación sólo tiene una validez de tres meses para el otorgamiento de escritura pública. *Ver página 3 de Anexos.*

Solicitud de NIF provisional

Una vez tenemos certificación negativa del nombre, solicitamos el NIF provisional a través del modelo 036 de alta, modificación y baja en el Censo de empresarios acudiendo a la agencia AEAT de la calle Guzmán el Bueno de Madrid.

Con el nombre y el NIF provisional ya podemos hacer el depósito en cualquier entidad bancaria.

Depósito en una entidad bancaria.

A continuación, depositamos la cantidad de 3.006 Euros, a razón de 501 € cada uno de los componentes de la empresa, en una Caja de Ahorros. Este es el capital mínimo legal requerido para constituir una sociedad limitada.

Nota: La entidad bancaria ha procedido a aperturar una cuenta de empresa en constitución con un número de identificación fiscal (NIF) provisional, sin embargo, en algunas entidades no es necesario, bastando sólo tener el certificado de denominación social.

Redacción de Estatutos.

Otro documento previo a la constitución notarial de la sociedad es la redacción de estatutos sociales. Los estatutos no son más que las reglas por las cuales se va a desarrollar el funcionamiento de la empresa. *Ver página 4 de Anexos.*

Otorgamiento de escritura de Constitución.

Los socios fundadores procederemos a la firma ante notario de la escritura de constitución. Nos supone un coste de 388, 42 Euros.

Para este trámite debemos aportar de la certificación negativa del nombre del Registro Mercantil, los estatutos y el certificado de la entidad de crédito justificando que hemos realizado las aportaciones dinerarias.

La validez de la escritura es inmediata y desde la constitución ya podemos realizar operaciones en el tráfico mercantil debiendo ir a registrar la sociedad en el Registro Mercantil en el plazo de un mes.

Liquidación de Actos Jurídicos Documentados.

Desde diciembre de 2010 en la Comunidad de Madrid se ha eliminado para la constitución de la empresa el pago de Actos Jurídicos Documentados.

Inscripción en el Registro Mercantil.

Una vez hemos pagado los impuestos hemos de acudir al Registro Mercantil de Madrid sito en el Paseo de Castellana, 44 28046 Madrid para proceder a la inscripción. Tiene un coste de 138, 83 Euros más IVA.

Trámites en Hacienda.

Hemos de presentar el Modelo 36 que es la Declaración Censal de Alta en el censo de empresarios y la solicitud de NIF definitivo, alta del Impuesto de Sociedades y el régimen general del IVA, todo ello rellenando y presentando el Modelo 36 en la Oficina del Contribuyente de la AEAT de la calle Guzmán el Bueno de Madrid.

Trámites en el Ministerio de Trabajo.

Para que la empresa pueda contratarnos como empleados deberemos inscribir la empresa en la Seguridad Social y a partir de ahí afiliar y dar de alta a los trabajadores. Como no vamos a disponer de un lugar físico para realizar el trabajo no hemos de comunicar la apertura de centro de trabajo ni adquirir los libro de visita y matrícula, ni confeccionar un calendario laboral.

Responsabilidades legales

La responsabilidad de sacar adelante una empresa incluye aspectos en los que los directivos no siempre reparan. Merece la pena hacerlo cuando se está estudiando la posibilidad de poner en marcha un negocio. Olvidar estas cuestiones supondría correr el riesgo de enfrentarse a posibles responsabilidades penales.

En primer lugar recalcar la *responsabilidad penal general* que pesa sobre los administradores según la Ley Orgánica 10/1995 del Código Penal. Su artículo 31 establece que “*el que actúe como administrador de hecho o derecho de una persona jurídica responderá personalmente, aunque no concurren en él las condiciones, cualidades o relaciones que la correspondiente figura de delito o falta requiera para poder ser sujeto activo del mismo, si tales circunstancias se dan en la entidad o persona en cuyo nombre o representación obre*”. Es decir, con ello el legislador procura poner coto a esa ficción de que las sociedades son impunes, y hace responsables de sus actos a los administradores.

Especial relevancia tiene el *delito de insolvencias punibles* establecido en el artículo 261 que establece que “el que en procedimiento de quiebra, concurso o expediente de suspensión de pagos presentare, a sabiendas, datos falsos relativos al estado contable, con el fin de lograr indebidamente la declaración de aquellos, será castigado con la pena de prisión de uno a dos años”, además este delito puede llevar aparejada la inhabilitación especial para profesión, oficio, industria y comercio. El Código penal también se refiere a una serie de delitos llamados societarios que abarcarían las siguientes conductas:

- Falsear cuentas anuales u otros documentos previstos para reflejar la situación jurídica o económica con el propósito de causar un perjuicio económico a la misma o alguno de sus socios, o a terceros. Este delito lleva aparejadas penas de uno a tres años.

- Imponer acuerdos abusivos en la Junta de Accionistas basándose en su situación mayoritaria, con ánimo de lucro propio o ajeno, en perjuicio de los demás socios- Será castigado con la pena de prisión de seis meses a tres años. Este delito se destina a aquellos socios mayoritarios que anteponen los propios intereses a los del resto de accionistas o partícipes.

Recordar en este punto que además son impugnables los acuerdos de las juntas que sean contrarios a la ley, se opongan a los estatutos o lesionen en beneficio de uno o varios accionistas o terceros, los intereses de la sociedad.

- Impedir sin causa legal, por parte de los administradores, que un socio ejerza los derechos de información, participación en la gestión o control de la actividad social. Este delito lleva aparejadas penas de entre seis y doce meses.
- Disponer por parte de los administradores fraudulentamente de los bienes de la sociedad o contraigan obligaciones a cargo de ésta causando un perjuicio económico, en beneficio propio o de terceros, será castigado con penas de seis meses a cuatro años.

Seguidamente quiero hacer mención a los *delitos contra la Hacienda Pública y contra la Seguridad Social*, que se refieren a que quién estando obligado por ley tributaria a llevar la contabilidad mercantil, libros o registros fiscales e incumpla dicha obligación, lleve dobles contabilidades, omita datos u practique anotaciones ficticias, será castigado con arresto de siete a quince fines de semana. Esta conducta supondrá delito y no falta cuando el importe de lo omitido o incluido ficticiamente supere los 180.000 Euros.

A continuación me referiré al delito no siempre conocido de *descubrimiento de secretos*, en base al cual quién revele secretos ajenos conocidos por su oficio o relaciones laborales será castigado con la pena de prisión de uno a tres años y multa de seis a doce meses. Más específicamente a la actividad de la persona jurídica es el delito de descubrimiento de datos reservados de personas jurídicas sin el consentimiento de los representantes, delito que lleva aparejadas penas de prisión de hasta cuatro años.



ESTUDIOS DE MERCADO

País de origen del producto: CHINA



En este apartado realizaremos un breve análisis del país de origen del producto: China. Estudiaremos sus características geográficas, señalaremos algunos datos históricos de interés y observaremos los principales aspectos de su entorno político, socio-cultural, así como su entorno económico.

DATOS GENERALES

Superficie	9.561.000 Km ²
Población (2009)	1.331.460.000 habitantes
Forma de estado	República Popular
Gobierno	Unipartidista
Jefe de estado	Hu Jintao
Primer ministro	Wen Jiabao
Moneda	Yuan

Fuentes: NBS, National Bureau of Statistics, Banco Mundial, Indicadores del desarrollo mundial

Características geográficas

La República Popular China (capital, Pekín) es el país más grande de Asia Oriental y el tercero del mundo (9,6 millones de Km²), detrás de Rusia y Canadá así como el más poblado del mundo con más de 1.300 millones de habitantes.

El país posee una frontera terrestre de 22.800 km dentro de la cual acoge distintos tipos de paisajes y ecosistemas. Los límites de China son: al norte el Desierto de Gobi y Mongolia; al sur el Mar de China y las Selvas de Indochina, el este el Mar amarillo y el Mar de China y al oeste, las montañas del Tíbet y el Turquestán. En la actualidad, China colinda con 15 países terrestres: la República Popular Democrática de Corea, Rusia, Mongolia, Kazastán, Kirguizistán, Tadzhiistán, Afganistán, Pakistán, India, Nepal, Budán, Myanmar, Laos y Vietnam.

Datos históricos de interés

Tras la derrota japonesa en la Segunda Guerra Mundial se reanudó el enfrentamiento entre el Gobierno del Kuomintang y el Partido Comunista de China, desatándose una guerra civil que acabaría en 1949 con la victoria de los comunistas en el continente. El 1 de octubre de ese año, el líder comunista Mao Zedong proclamó la República Popular China. Bajo la dirección de Mao, China, tras una breve etapa de recuperación, vivió momentos de grandes convulsiones sociales. Tras la muerte de Mao en 1976, el país estuvo dirigido brevemente por Hua Guofeng, que acabaría cediendo el poder a partir de 1978 a Deng Xiaoping, cuya época estuvo marcada por las reformas estructurales que provocaron un intenso crecimiento económico que ha continuado hasta la actualidad. A Deng Xiaoping lo sucedieron en el poder sucesivamente Jiang Zemin y Hu Jintao, actual Presidente de la República Popular China.

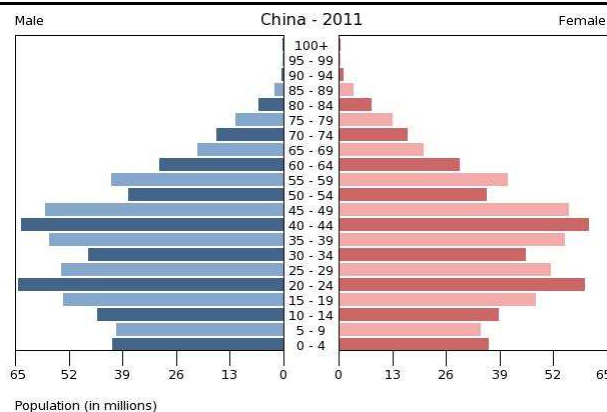
Entorno político

China es una república socialista gobernada por el “Partido Comunista de China” según un régimen unipartidista que administra veintidós provincias, cinco regiones autónomas, cuatro municipalidades y dos Regiones Especiales con un alto nivel de autogobierno que son Hong Kong y Macao.

Bajo la autoridad del presidente, Hu Jintao, se encuentra el Consejo de Estado de la República Popular China, el órgano de Gobierno cuyo líder es el primer ministro, Wen Jiabao. Ambos conforman el poder ejecutivo mientras que el máximo órgano legislativo de la República es la Asamblea Popular Nacional, parlamento formado por más de 3.000 delegados que se reúne una vez al año.

Entorno socio-cultural

PIRÁMIDE DEMOGRÁFICA



Fuente: US Census Bureau

En un intento de limitar su población, ha adoptado una política que limita las familias urbanas a un sólo niño y las rurales a dos cuando el primero es niña. Debido a que los niños son considerados económicamente más útiles en las áreas rurales, existe un alto índice de abortos femeninos en busca de asegurar que el segundo niño sea varón. El Estado ha emprendido recientemente reformas en su política de planificación familiar suavizando el control de la natalidad e incentivando económicamente a las familias que tengan dos niñas. Esto se observa en la pirámide de población anterior donde el tramo de edad 0-19 años es muy inferior al de edades más avanzadas.

La gran extensión territorial de la República Popular China tiene como consecuencia la presencia en el Estado actual de una gran diversidad cultural. Se reconoce de manera oficial la existencia de 56 grupos étnicos en China. En cuanto al idioma chino, la mayor parte de las veces el término “chino” se refiere al mandarín estándar, “pudong hua” o lengua de todos, aunque se considera que el idioma chino abarca una amplia familia de lenguas estrechamente emparentadas.

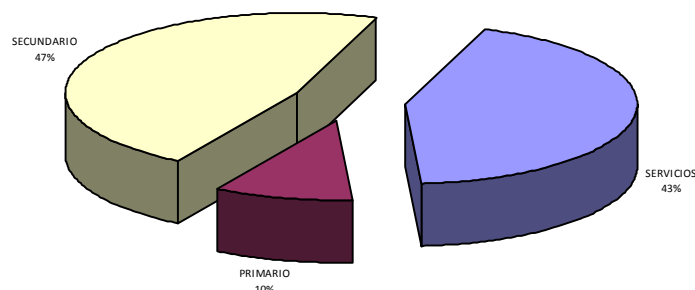
Las religiones predominantes de China son el budismo, el taoísmo, el confucianismo y la religión tradicional china que, en muchos casos, son practicadas conjuntamente y en una forma de sincretismo religioso.

Entorno económico

ESTRUCTURA ECONÓMICA			
	2009	2010	2011
PIB (mM USD)	4.909	5.631	6.663
PIB per cápita (USD)	3.292	3.315	
Tasa de crecimiento real (% PIB)	9,1	10,2	8,9
Inflación (% , media del periodo)	-0,7	3,2	3,8
Exportaciones (FOB mM USD)	1.201,8	1.547,3	1.725,2
Importaciones (FOB mM USD)	954,3	1.299,6	1.486,9
Reservas de divisa extranjera (mM USD)	2.399,20	2.425,90	2.850,00
Deuda externa (% PIB)	7,10	7,28	8,2

Fuente: EIU, United Nations Statistics Division

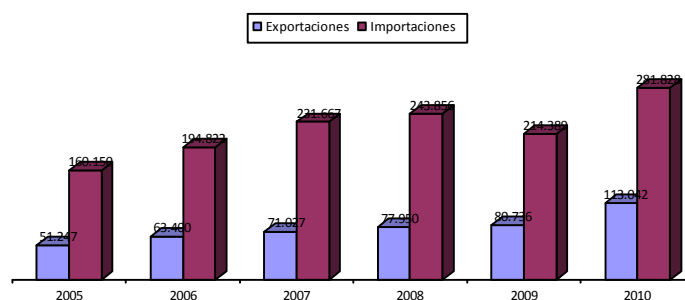
ORIGEN DEL PIB POR SECTORES (2010)



Fuente: NBS

En la década de los ochenta China se abre al exterior. Desde 1992 China ha mantenido su crecimiento económico en unos niveles muy altos, en torno al 10%, y estables lo que lo ha convertido en una gran potencia a nivel mundial. La clave de su desarrollo se encuentra en su apertura a los mercados internacionales. Como se puede observar en los siguientes gráficos las operaciones comerciales entre China y la Unión Europea mueven unas cifras muy elevadas. Cabe señalar que, desde 2004, La UE es el principal socio comercial de China, con Alemania a la cabeza.

COMERCIO UE-CHINA (millones de euros)



Fuente: INTRASTAT (2010)

En cuanto al comercio con España, tal y como se observa en el siguiente gráfico, China es uno de sus principales proveedores. Las importaciones han experimentado un gran crecimiento frente a unos volúmenes muy bajos de exportaciones, pero hay que señalar que en los últimos años, el perfil de China ha cambiado. Ha pasado de suministrar textil y manufacturas a exportar maquinaria, electrónica, informática... En la actualidad, China es una economía muy potente con intereses muy globales y, lo más interesante para nuestra operación de importación, unos precios muy competitivos.

El sector de los envases biodegradables es algo todavía muy novedoso por lo que es difícil obtener cifras de las cantidades que se mueven en las operaciones entre China y España pero, al tratarse de un sector en auge, junto con los precios tan competitivos del mercado chino, estamos convencidos de que se trata de una operación perfectamente viable.

País de destino del producto: ESPAÑA



En este apartado analizaremos brevemente las características macro del entorno en el que va a trabajar nuestro producto. Llevaremos a cabo un breve estudio del sector económico así como del político, social, y tecnológico.

DATOS GENERALES

Superficie	505.990 km ²
Población (2009)	46.745.807
Forma de estado	Monarquía Parlamentaria
Gobierno	Partido Socialista Obrero Español (PSOE)
Jefe de estado	El Rey Don Juan Carlos I
Presidente del gobierno	José Luís Rodríguez Zapatero
Moneda	Euro

Fuente: ICEX

Entorno económico

ESTRUCTURA ECONÓMICA (2010)

PIB (millones de euros)	1.051.151
PIB per cápita (USD)	22.889
Tasa de crecimiento real (%)	-3,6
Déficit público	11,4% PIB
Exportaciones	15% PIB
Importaciones	19,9% PIB
Deuda externa (% del PIB)	168

Fuente: ICEX

En la tabla podemos observar los datos relativos al año pasado. Encontrar datos actualizados es más complicado dado que nos encontramos prácticamente a principios de año y las fuentes pueden no ser demasiado fiables.

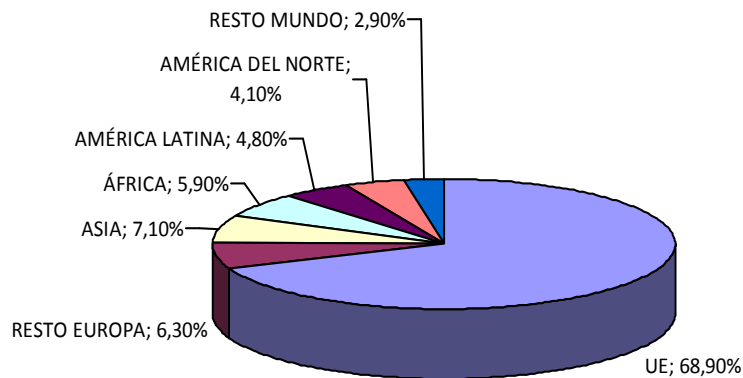
La renta per cápita es un dato que habitualmente aparece en dólares americanos para poder realizar comparaciones entre distintos países. La cifra que ofrecemos en esta tabla, para hacernos una idea, corresponde a la mitad del PIB per cápita estadounidense en el mismo año (47.400 USD).

Con los siguientes datos que observamos podemos hacernos una idea general de la situación en la que se encuentra España. Como todos conocemos, no muy buena. La tasa de crecimiento real del PIB es negativa lo que nos indica que la nuestra, es una economía no productiva, en este periodo concreto. Otro factor que influye en el resultado es una balanza comercial desfavorable cuyo resultado también podemos conocer si nos fijamos en los datos de las importaciones y de las exportaciones.

España se gasta en las primeras, claramente, más de lo que ingresa con las segundas.

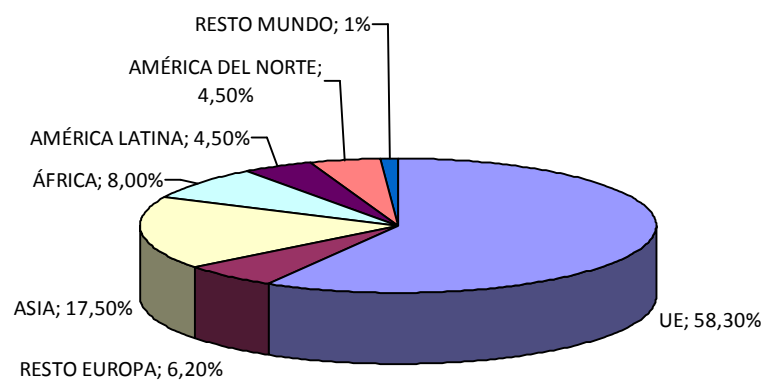
Aquí observamos un gráfico explicativo de los principales destinos a los que exporta España así como los principales países de los que importa.

EXPORTACIONES



Fuente: ICEX (2010)

IMPORTACIONES



Fuente: ICEX (2010)

Podemos enlazar estos hechos con el resultado tan elevado del déficit (11,4 PIB) aunque no sólo se debe a la diferencia entre importaciones y exportaciones sino que también nos indica que España tiene una gran necesidad de financiación y se encuentra muy endeudada.

Si hablamos de paro en España las cifras son aún menos alentadoras. Este cuadro refleja claramente cuál es la situación actual.

(2010)	OCUPADOS	PARADOS	TASA ACTIVIDAD	TASA PARO
VARONES	10.239,9	2.553,7	67,95%	19,96%
MUJERES	8.154,2	2.059,0	52,05%	20,16%
TOTAL	18,394,2	4.612,7	59,83%	20,05%

Fuente: www.ine.es

La cifra de paro en España es un record histórico pero el mayor problema es que todavía no se puede hablar de recuperación, todavía se sigue destruyendo empleo en España, tres años después del comienzo de la crisis. Estas cifras duplican a la media de la UE y son mucho menos esperanzadoras en el caso de los jóvenes, sector en el que la tasa de desempleo se sitúa en más de un 40%.

Si analizamos el *Índice de Precios al Consumo* que, además de ofrecer una estimación del coste de vida es un indicador de la inflación, veremos que actualmente se encuentra en torno a un 3% siguiendo un crecimiento continuado.

Esta situación, provocada por la crisis que ha tenido lugar recientemente a nivel mundial puede ser perjudicial para la operación que queremos llevar a cabo en el país. La introducción de un producto novedoso cuya principal desventaja es un precio menos competitivo frente a sus competidores. Además, el Índice de Confianza del Consumidor se sitúa en España en 50 puntos cuando para considerarse optimista tendría que superar los 100. Por otro lado, tampoco hay que desanimarse ya presenta muchas otras ventajas y un valor añadido indiscutible en la época que estamos viviendo.

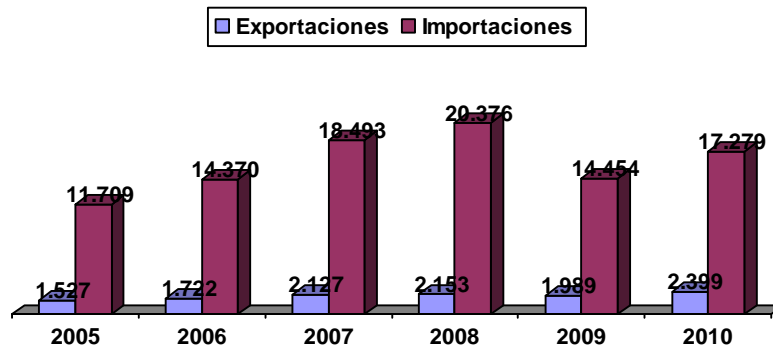
La unidad monetaria que se utiliza en España es, al igual que en el resto de Europa, el euro (€), dividido en 100 céntimos. Hay billetes de 5, 10, 20, 50, 100, 200 y 500 euros, y monedas de 1, 2, 5, 10, 20 y 50 céntimos y de 1 y 2 euros. Una de las ventajas que presenta el Euro frente a otras divisas a la hora de comerciar a nivel internacional es que se trata de una moneda convertible, es decir, puede ser unidad de cuenta en todo el mundo.

En cuanto a comercio exterior, la introducción de mercancías de otros Estados miembros de la UE está exenta del pago de aranceles. La importación de mercancías procedentes de países terceros queda sometida a los derechos del Arancel Aduanero Común de la UE. En nuestro caso, tras haber realizado un exhaustivo estudio de las políticas aplicables a nuestro producto (explicada en detalle en el apartado sobre la fiscalidad de la operación) hemos llegado a la conclusión de que al tratarse de un producto ecológico queda sometido a unos derechos de importación del 0%.

Durante la última visita del viceprimer ministro chino a España, a principios del presente año, ambos países firmaron una serie de acuerdos comerciales, 16 en concreto, entre los que se encuentran acuerdos entre el BBVA y el Banco de Desarrollo Chino; con Repsol; o entre ENSA y el grupo Shanghai Electric Corporation. En ese encuentro Li Keqiang reafirmó el compromiso chino con la deuda pública española y confirmó el compromiso de elevar el comercio bilateral a 40.000 millones de euros a lo largo del año. Puede que, de momento estos acuerdos no nos afecten a nosotros, pero siempre es positivo que los países con los que, en nuestro caso, vamos a trabajar, mantengan buenas relaciones. Muy importante, sobre todo en estos tiempos en lo que resulta más difícil comercializar con España dada su situación económica.

En el gráfico que observamos a continuación podemos observar datos de intercambio comercial entre España y China.

COMERCIO ESPAÑA-CHINA (millones de euros)



Fuente: Datacomex (2010)

Entorno político

El estado español se constituye bajo la forma de monarquía parlamentaria cuyo jefe es el Rey D. Juan Carlos I. Desde el 17 de abril de 2004 el presidente del gobierno es José Luis Rodríguez Zapatero, actualmente en segundo mandato. Zapatero es el líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) que cuenta con 169 escaños en el Congreso y 105 en el Senado. El principal partido de la oposición es el Partido Popular (PP) con 153 escaños en el Congreso y 123 en el Senado.

El Congreso de los Diputados y el Senado forman las Cortes Generales cuyas elecciones se celebran cada cuatro años. El Congreso cuenta con un total de 350 miembros mientras que las Cortes, con una cifra más baja, cuentan con 263 escaños.

El Estado se organiza territorialmente en municipios, provincias y comunidades autónomas (17). Dentro de los términos de la actual Constitución española, la aprobada por las Cortes en 1978, los Estatutos son la norma institucional básica de cada comunidad autónoma y el Estado los reconoce y ampara como parte integrante de su ordenamiento jurídico.

Dentro del marco político podemos hablar del sistema fiscal presente en España. Existen tres categorías de tipos impositivos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Desde el 1 de julio de 2010, el general es del 18%, el reducido del 8% y el superreducido del 4%. Algunas operaciones quedan exentas (como las exportaciones). El IVA no es aplicable en las islas Canarias, Ceuta y Melilla. En Canarias se aplica el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) cuyo tipo impositivo general es del 5%, y en Ceuta y Melilla el Impuesto sobre la Producción, Servicios e Importación (IPSI). El tipo general de gravamen del Impuesto sobre Sociedades es del 30%.

Tecnología

España cuenta con una calidad muy alta en infraestructuras destinadas al fomento del comercio. Los enlaces que presenta con el exterior son diversos y numerosos:

VÍA AÉREA:

En 2009, de los 47 aeropuertos de Aena abiertos al tráfico comercial que había en España, 43 recibieron tráfico internacional directo de pasajeros y 31 de mercancías. Los aeropuertos con mayor tráfico internacional de pasajeros fueron Madrid-Barajas, Barcelona, Palma de Mallorca, Málaga, Alicante, Tenerife Sur y Gran Canaria, y de mercancías, Madrid-Barajas, Barcelona, Zaragoza, Vitoria, Gran Canaria, Valencia y Palma de Mallorca. Respecto a 2008, en 2009 los aeropuertos españoles registraron un descenso del 8% del tráfico de pasajeros y del 11,4% en el de mercancías. En 2009 la inversión pagada por Aena fue superior a 1.762 millones de euros. Existen dos aeropuertos internacionales privados: Ciudad Real y Lleida.

VÍA MARÍTIMA:

La situación geográfica de España y la condición peninsular de su territorio continental con 4.872 km de costa han propiciado el desarrollo de un sistema portuario uniformemente repartido que facilita la comunicación por vía marítima con todos los destinos. En cuanto al tráfico exterior de mercancías en 2009, los principales puertos fueron los de Bahía de Algeciras, Valencia, Barcelona y Bilbao. En 2009 las inversiones portuarias ascendieron a 1.099 millones de euros.

VÍA TERRESTRE:

El tráfico por carretera se desarrolla con una gran fluidez por los múltiples pasos fronterizos existentes. En 2009 la longitud de la red interurbana de carreteras alcanzaba los 166.011 km, de los cuales, las carreteras de gran capacidad (autopistas, autovías y dobles calzadas) sumaban 15.113 km. En ese mismo año el tráfico en las carreteras supuso el 86,3% del de mercancías.

La inversión total realizada en carreteras en 2009 fue de 8.038 millones de euros, de los cuales el 94,2% fue invertido por el sector público y el resto por las sociedades concesionarias de las autopistas de peaje. A su vez, el tráfico por ferrocarril se efectúa con Portugal a través de cuatro pasos fronterizos y con el resto del continente europeo por Irun y Portbou.

Distribuir nuestro producto no va a ser complicado dadas las características tan positivas que presenta el país.

Respecto a la nueva tecnología en cuanto a maquinaria se refiere, no debemos preocuparnos por ello dada la cantidad de dinero que se está invirtiendo en investigar nuevos procesos de fabricación de este tipo de productos. Por el momento es un sector que está desarrollándose en otros países como EE.UU., Japón, Canadá o China. España no cuenta con ello pero dentro de unos años, probablemente, se convierta en un sector imprescindible.

Entorno sociocultural

España cuenta con 46.745.807 millones de habitantes con una tasa de crecimiento del 1,7%. De estos casi 50 millones de habitantes un 49,5% son hombres por lo que más de la mitad de la población son mujeres. Si distribuyéramos a la sociedad por edades, el resultado sería el siguiente: un 14,6% se clasificaría en el grupo de 0-14 años, un 68,8% en el grupo de 15-64 y, por último un 16,6% en el grupo de personas mayores de 65 años.

La densidad demográfica en España es de 92,4 habitantes por km². Las cinco ciudades españolas más pobladas (el 78,9% de la población vive en ciudades) son Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Zaragoza.

También cabe señalar que el 87,9% de la población residente es española y el 12,1%, extranjera. Del total de los extranjeros los más numerosos son rumanos (14,1%), marroquíes (12,7%), ecuatorianos (7,5%), ingleses (6,7%), colombianos (5,3%), bolivianos (4,1%) y alemanes (3,4%).

En cuanto a religión, España es un estado aconfesional aunque el 75% de la población se declara católica. Por último hablaremos de las lenguas oficiales del país. En España se hablan cuatro lenguas: castellano, catalán, gallego y vasco. El castellano, denominado en este caso español es la lengua oficial de todo el estado. Las demás lenguas son también oficiales en las respectivas comunidades autónomas.

Respecto a lo que nos puede interesar a nosotros, como empresa, es que la sociedad española, a lo largo de los últimos años ha tomado conciencia del problema medioambiental y, de una manera mucho más representativa, quiere contribuir de alguna forma al desarrollo sostenible y al cuidado del medioambiente.



ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y OPERACIÓN COMERCIAL



Presentación del producto

Nuestro producto son bandejas biodegradables y reciclables para el envasado de productos alimentarios enfocado, sobre todo, a productos frutícolas. Cabe destacar la diferencia entre biodegradable y reciclable. Mientras que lo primero se produce de forma natural en el producto y es inherente al mismo, lo segundo necesita de la intervención del ser humano para su consecución, aunque ambos se centran en lo mismo: la defensa del medio ambiente.

Es por esto y por otras muchas razones por lo que hemos elegido para este proyecto unas bandejas biodegradables que creemos pueden hacerse un hueco en el mercado. A continuación presentamos las características más notables de nuestro producto:

- Las bandejas están hechas a partir del bagazo de la caña de azúcar. Después de exprimir la caña con el objetivo de conseguir el azúcar los restos se comprimen y se tratan en instalaciones adecuadas.
- Son 100% biodegradables, en 180 días, a temperatura ambiente. Las bandejas tardarán en descomponerse ese número de días, pasado ese tiempo pueden ser desechadas o recicladas en instalaciones adecuadas, todo ello sin coste alguno para el medio ambiente.
- La resistencia a altas temperaturas las convierten en un producto perfecto para cualquier tipo de alimento. Resisten líquidos con una temperatura de hasta cien grados centígrados y pueden ser congeladas sin ningún tipo de problema, lo que supone una gran ventaja debido al aumento de la comida precocinada y congelada.
- Son totalmente aptas para su uso en el microondas. No todos los derivados del plástico y similares ofrecen esta posibilidad.

Es muy importante señalar que es de los pocos productos dentro de su tipo que es 100% biodegradable, dado que el mercado esta lleno de bandejas cuya composición apenas llega al 60 por ciento de materiales biodegradables siendo el otro 40 generalmente polyspan o polipropileno, como es el caso de las bandejas hechas a partir de maíz.

Más del 60 por ciento de la producción de azúcar en China se localiza en Guangxi, donde se sitúan nuestros proveedores, abanderados de la sostenibilidad y muy concienciados con los cultivadores de caña de azúcar para ofrecer productos de calidad a un precio asequible.

Ofrecemos el producto en diversos colores: color verde, color natural del azúcar y tintado en blanco.



También se ofrecen marcas y logos grabados en las bandejas a gusto del consumidor siempre y cuando sea comunicado con tiempo suficiente de antelación.

Fotos producto página 13 de Anexos.



Legislación

En este apartado no centraremos en realizar un pequeño estudio de la legislación por la que nos vamos a ver afectados a nivel comunitario. La norma europea UNE-EN 13432 "Requisitos para embalajes recuperables a través de compostaje y biodegradación - Esquema de prueba y criterios de evaluación para la aceptación final de los embalajes", una norma armonizada dentro de la Directiva 94/62/CE relativa a los envases y residuos de envases, en vigencia desde enero de 2005. La norma establece los requisitos de los envases y embalajes valorizables mediante compostaje y biodegradación. También especifica los requerimientos y procedimientos para determinar la compostabilidad y el empaquetado de los materiales a partir de las siguientes características:

- Biodegradabilidad, o sea la conversión metabólica del material compostable en anhídrido carbónico. Esta propiedad puede medirse con un método de prueba estándar, el método EN 14046 (publicado también como ISO 14885. biodegradabilidad en condiciones de compostaje controlado). Al menos un 90 % de su masa se tiene que descomponer en CO₂, agua y masa celular, en un periodo corto de tiempo, dependiendo del test usado, pero siempre en un periodo máximo de 6 meses.
- Desintegración durante el proceso, o sea la fragmentación y la pérdida de visibilidad en el compost final (ausencia de contaminación visible), que se mide con una prueba de compostaje a escala piloto (EN 14045). En este caso al menos un 90 % de su masa se tiene que romper en pequeñas partículas no más grandes de 2 mm, después de un máximo de 12 semanas de compostaje. Esta es la característica principal que diferencia un producto simplemente biodegradable de otro compostable.
- Efecto en el tratamiento del proceso biológico. Ausencia de efectos negativos sobre el proceso de compostaje, es decir, no tiene que tener un efecto negativo en la calidad química del compostaje o en el crecimiento de los microorganismos.

- Efecto en la calidad del compostaje resultante. Por ejemplo: reducción del valor agronómico y presencia de efectos ecotoxicológicos sobre el crecimiento de las plantas, lo que significa que la presencia de metales pesados quede representada en unos niveles muy bajos.
- No tiene que contener más del 50 % de materiales inorgánicos.

Este es un pequeño resumen de la ley que nos interesa de acuerdo a nuestro producto y en la que nos tenemos que basar para conseguir los certificados correspondientes a su cumplimiento de los requisitos de compostabilidad, principal característica de nuestro producto: 100% biodegradable.

En nuestro caso, tras haber contactado con nuestro proveedor podemos confirmar que desde china nos pueden proporcionar dos certificados: el FDA y el LFGB.

Certificado FDA

El certificado Food and Drug de los EE.UU. sirve para una gran diversidad de sectores, desde alimentos hasta medicamentos, como su nombre indica. En nuestro sector, lo que a nosotros nos interesa es que el FDA regula no sólo los alimentos si no también los envases que los mantienen frescos. Aunque no se trate de un certificado ecológico propiamente dicho, la ventaja que nos ofrece es que está reconocido a nivel internacional y asegura que nuestras bandejas pueden ser perfectamente utilizadas para su cometido, el envase de frutas y verduras.

Certificado LFGB

Este certificado alemán, que cumple con los estándares europeos, también va dirigido a una gran variedad de productos, aunque lo que nos interesa aquí es la certificación de productos que están en contacto con alimentos. Mediante este certificado se asegura que el producto no transfiere olor o sabor a los alimentos y que no hay presencia de materiales pesados en el mismo. Este certificado tampoco es ecológico como tal pero también es reconocido a nivel internacional.

Certificado Din Certco

Este es otro certificado alemán que va destinado a productos propiamente compostables. Al igual que los anteriores, éste también es un certificado que se puede obtener de manera voluntaria, no están impuestos por ninguna norma o directiva pero sirven para dar cierto reconocimiento al producto. Por lo tanto, intentaremos que nuestras bandejas biodegradables obtengan ese reconocimiento.

En este caso, como desde China no podemos conseguir ningún certificado de compostabilidad, hemos investigado un poco y hemos descubierto que podemos pedirlo en AIMPLAS (instituto Tecnológico del Plástico). AIMPLAS colabora con el organismo certificador alemán DIN Certco para dar apoyo técnico a las empresas españolas del sector del plástico en materia de certificación de productos compostables. Se trata de un servicio para las empresas interesadas en la obtención del certificado de productos compostables, actuando como intermediario entre el organismo certificador DIN Certco y la propia empresa. Este servicio es gratuito para empresas asociadas por lo que con un simple trámite de registro y tras el pago de una cuota podríamos conseguirlo. En anexos podemos encontrar un modelo de este certificado que nos puede servir de referencia (*ver página 16 de Anexos*)

Certificado Vinçotte

Un certificado OK Compost de Vinçotte es una prueba concluyente de la compostabilidad del producto. Se trata de un certificado belga aunque tenemos la posibilidad de certificar nosotros mismos el producto a través de un contrato tipo provisto por Vinçotte con el fabricante.

Proveedores

El mercado chino es altamente competitivo de manera que existe un elevado número de empresas oferentes de envases para alimentación. En concreto, nuestra empresa buscaba que los productos fuesen 100% biodegradables.

En la búsqueda realizada contactamos con tres empresas aunque dos de ellas fueron descartadas por los motivos que expondremos a continuación. Esas empresas son las siguientes:

- Guangzhou TE Enviromental Friendly Materials Co. Ltda
- Anhui Tianrui Envionmental Technology Co., Ltd.

La razón por la que quedaron descartadas es la composición de sus productos. Ambas empresas fabrican envases biodegradables a partir de maíz. Por ello, solicitamos información más detallada sobre las características de sus productos. Esta información nos obligó a dejar de trabajar con ellas puesto que sus envases no son 100% biodegradables. La composición estaba basada en maíz y también, en materiales no reciclables como polipropileno.

Dado el carácter ecológico del proyecto, sus productos no se ajustan a nuestras expectativas. Ello supuso el fin de las relaciones comerciales con esas empresas. De todas formas a continuación analizaremos con más profundidad cada una de ellas para tener una idea más general de su actividad.



SUNPLEASURE Guangxi Nanning Sunpleasure Trading Co., Ltd.

INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre de la empresa	Guangxi Nanning Sunpleasure Trading Co., Ltd.
Actividad	Distribuidor
Productos en venta	Piezas de vajilla a partir de bagazo de caña de azúcar biodegradable
Dirección	<i>Room 515, Fifth Floor, Haozhuang Nanhu West Bank, No. 1, Changyuan Road, Qingxiu District, Nanning, Guangxi, China</i>
Número de empleados	51-100 personas
Página web	www.nnsunpleasure.com
PROPIEDAD Y CAPITAL	
Año de constitución	2010
Representante legal	D. Shankai Zhang
ACTIVIDAD COMERCIAL Y MERCADOS	
Principales mercados	América Europa Oriente Medio
Principales clientes	Envases ecológicos para productos alimentarios
Volumen anual de ventas	2,5 Millones USD- 5 Millones USD

La empresa “Sunpleasure”, distribuidor de productos biodegradables de papel, se localiza en Nanning, capital provincial de Guangxi. La situación de la empresa en Nanning no es fruto del azar. Como hemos mencionado anteriormente, en esta zona se planta más del 60% de la caña de azúcar total en China, de esta forma hay un aprovechamiento total de los recursos que ofrece la región permitiendo una integración óptima de todas las empresas del sector y una mejora en la calidad de los productos ecológicos que se ofrecen.

Los productos ofertados por la empresa son principalmente componentes de vajilla biodegradable hechos a partir de bagazo de caña de azúcar (material biodegradable), servilletas y pañuelos y macetas de papel biodegradable para plantas, entre otros. Nuestras bandejas para frutas entrarían dentro de la clasificación de piezas de vajilla.

El material con el que se fabrican todos sus productos es la caña de azúcar. Tras la extracción del azúcar, los deshechos que habitualmente se tiran o queman, Sunpleasure los recicla para fabricar sus productos por lo que es un material 100% natural y 100% biodegradable. Característica que no todos los productos que se denominan "biodegradables" tienen. Esta ha sido la principal razón para decidimos por este producto y no por otro.

La persona con la que hemos contactado se llama Nina Tang (收件人). Tras acordar características, cantidades, Incoterms y otros datos de interés para nosotros hemos obtenido un presupuesto aproximado de nuestro producto. Ver página 17 de Anexos. además de conseguir unas muestras reales previas al cierre de la operación. Ver página 30 de Anexos.

ArchivoEdiciónVerInsertarFormatoHerramientasDatosVentana?



Guangzhou TE Enviromental Friendly Materials Co. Ltda

INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre de la empresa	Guangzhou TE Environmental Friendly Materials Co., Ltd.
Actividad	Fabricante
Productos en venta	Productos PSM
Dirección	<i>No. 7-1, Chayuangang Industrial Park, Changhong Village, Junhe St., Baiyun, Guangzhou, Guangdong, China. Zip: 510440</i>
Número de empleados	11-50 personas
Página web	www.techina.cn
PROPIEDAD Y CAPITAL	
Año de constitución	2002
Representante legal	D. Jianhui Lin
ACTIVIDAD COMERCIAL Y MERCADOS	
Principales mercados	América Europa occidental Sur de Asia Oceanía
Volumen anual de ventas	2,5 Millones USD- 5 Millones USD (Porcentaje de exportación: 81%-90%)

Constituida en 2002, esta empresa se dedica a la fabricación de productos ecológicos, biodegradables. Es una empresa comprometida con el desarrollo, la producción, la tecnología de aplicación y la comercialización de materiales tales con PSM, PLA, PBS, pasta de papel y otros materiales biodegradables que ha logrado un gran desarrollo en el ámbito de la investigación en este sector.

Sus productos son demandados por cantidad de empresas en todo el mundo: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Japón, Corea, Singapur y un largo etc. En total realizan operaciones con más de 20 países y regiones. También cabe señalar que esta empresa mantiene acuerdos a nivel internacional con industrias del sector de materiales biodegradables para llevar a cabo una cooperación real que se traduzca en una mayor cantidad de productos ecológicos junto con una tecnología más avanzada.

La persona con la que hemos iniciado nuestro primer contacto en esta compañía, es Newman Zhang y con la que hemos intercambiado e-mails es Sharon Yang. Ver *página 31 de Anexos*. El material del que se componen estos envases es diferente a los que hemos visto en el caso anterior, ahora se trata de fécula de maíz. Podría ser un producto muy interesante para nosotros ya que reúne las características, aunque no en su totalidad, que estamos buscando y los precios, aunque muy similares, son más competitivos que con *Sunpleasure*. De cualquier manera, como ya hemos indicado antes, por las razones también expuestas, decidimos descartar la empresa.

Precios Comstarch Sharon.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

1 / 1

125%




Buscar

TE

Guangzhou TE Environmental Friendly Materials Co.,Ltd

Quotation Sheet(4th April,2011)

Contract	Sharon	Tel:	86-20-36735789
Email:	techina01@hotmail.com/sharon.yang1002@gmail.com	Fax:	86-20-36735790
Add:	No.7 Gong Ye Stree,Cha Yuan Gang,Chang Hong Village,Bai Yun District,Guangzhou China		

Item No.	Product Name	Picture	Material	Weight (g)	Size(mm)	Carton size(mm)	Qty/ctn	FOB Shenzhen Price(USD)	Qty/container/ctns		
									20'	40'	40'H
THP-34	Tray		CSPI	18	238*173*25	485*355*355	800pcs	0.0767/pcs	450	900	1020
THP-35	Tray		CSPI	11	190*140*18	430*395*295	1000pcs	0.0469/pcs	560	1120	1280
THP-36	Tray		CSPI	9	197*127*15	500*405*270	1000pcs	0.0387/pcs	509	1018	1160

1:FOB Shenzhen price,

Anhui Tianrui Environmental Technology Co., Ltd.








INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre de la empresa	Anhui Tianrui Environmental Technology Co., Ltd.
Actividad	Distribuidor
Productos en venta	Productos a partir de fécula de maíz
Dirección	<i>No. 6, Fenghuang Ave., Fenghuangshan Ind. Park, Xiangshan, Huaibei, Anhui, China. Zip: 235000</i>
Número de empleados	101-500 personas
Página web	www.bio-tr.com
PROPIEDAD Y CAPITAL	
Año de constitución	2009
Representante legal	D. Shutong Yi
ACTIVIDAD COMERCIAL Y MERCADOS	
Principales mercados	América Europa África Oceanía Oriente Medio Sureste asiático
Volumen anual de ventas	10 Millones USD- 50 Millones USD (Porcentaje de exportación: 71%-80%)

La empresa se encuentra en la zona de Industrial de montaña de Phoenix, ciudad de Huaibei, provincia de Anhui, en China.

Los materiales biodegradables con los que trabaja se utilizan sobre todo en restauración y envases de medicina y otros usos. Las materias primas utilizadas en el proceso son fécula de patata y de maíz; los productos son degradables, compostables, es decir, totalmente ecológicos. Todos los materiales utilizados en la fabricación, así como los productos obtenidos de ella quedan respaldados por la ISO14855 a través de certificados como el FDA (certificación de calidad y de seguridad estadounidense para productos alimenticios).

La empresa ya opera con distintos países de Europa, Estados Unidos y Corea y se han ganado una reputación tanto a nivel nacional como internacional gracias a la naturaleza de su servicio y la diversidad, innovación y calidad que ofrecen en todos sus productos.

En este caso también hablamos de fécula de maíz. Eva Wong, es la persona responsable del departamento de exportación y ha sido la encargada de enviarnos su presupuesto. Como podemos observar también son precios muy competitivos con los que podríamos trabajar. *Ver página 33 de Anexos.*

Biodegradable Plate														
NO	Picture	Item	Weight (g)	Size (mm)	packing		Carton Size (MM)			Cts/20'	20'GP/ Ton	FOB price /Pc(USD)	CIF price /Pc(USD)	
					pcs/bag	pcs/ carton	L	W	H					
1		TRP-L01	8	Φ160*12	100	2000	805	325	237	387	6,19	0,017	0,029	
2		TRP-01	8	Φ160*12	100	2000	805	325	237	387	6,19	0,017	0,029	
3		TRP-02	11,5	Φ180*15	100	1200	565	385	235	469	6,48	0,025	0,042	
4		TRP-03	14,5	Φ205*20	100	1200	435	435	265	479	8,33	0,032	0,053	
5		TRP-04	18	Φ230*18	100	1000	495	495	265	370	6,65	0,039	0,065	
6		TRP-05	19	Φ230*20	100	1000	495	495	265	370	7,02	0,041	0,069	
7		TRP-06	23,5	Φ252*12	100	800	495	495	265	370	6,95	0,051	0,085	

El problema que se nos ha presentado con esta empresa es que, posiblemente debido a un error de comunicación, el presupuesto que nos han enviado no se corresponde con el producto que hemos demandado, son otro tipo de bandejas. De todas formas también nos sirve como referencia para observar los precios de mercado de toda esta gama de productos.

Competencia

En cuanto al análisis de la competencia en nuestro sector cabe señalar que, al tratarse un producto tan novedoso, no tenemos competencia directa a nivel nacional. Sería diferente si hablásemos a nivel europeo ya que en algunos países como Francia, Holanda o Malta nos llevan mucha ventaja en el sector, tanto en número de importaciones como en número de proveedores nacionales. Pero nos centraremos en el ámbito que nos interesa, en España.

Nosotros vamos a basar nuestro estudio en empresas distribuidoras de bandejas de plástico. Son esas bandejas que vemos en los supermercados de color blanco cuyo material normalmente es polyspan, también conocido como corcho blanco, o polipropileno, que se utilizan para el envasado de gran variedad de productos pero sobre todo para frutas y verduras ya que es un material ligero que absorbe los golpes.



Fruverpack

Fruverpack es una empresa joven e innovadora que centra su atención en la comercialización de envases y embalajes para el sector hortofrutícola cuya sede se encuentra en la Comunidad Valenciana.

Entre sus productos la empresa cuenta con una amplia gama de envases, embalajes y maquinarias de gran calidad que reflejan el interés de la misma por satisfacer en todo momento las necesidades del cliente. Nos hemos centrado en analizar simplemente los productos que nos afectan a nosotros, como competencia. Dentro de envases, las bandejas. La empresa cuenta con bandejas de cartón, bandejas de celulosa, bandejas de plástico y bandejas de polyspan.

Hemos podido conseguir un presupuesto de esta empresa en la que nos indican cuál es el precio unitario de las cestas de plástico de polipropileno de 500 gramos. Es un presupuesto muy general pero nos ayuda a hacernos una primera idea de los precios con los que vamos a competir. *Ver página 38 de Anexos.*



Bandesur

Aquí presentamos a otra empresa competidora. *Bandesur* es una empresa andaluza cuyo objetivo es ofrecer un envase económico que se pueda usar en todo tipo de alimentos: fruta, verdura, pescado, lácteos, carnes, etc. En este caso se trata de bandejas de espuma de poliestireno, también conocidas como bandejas de polyspan o corcho blanco.

Estas bandejas conforman un producto con unas propiedades muy peculiares que lo hacen especialmente indicado para el uso alimentario, gracias a su peso, además de ser un buen aislante para el calor y el frío. Además de otros productos, ofrecen una amplia gama de este tipo de envases cuyo reducido coste respecto a cualquier envase hace que sean los más empleados actualmente.

En este caso hemos conseguido contactar con el Director Comercial de la empresa y hemos podido obtener un presupuesto ajustado a la realidad de los productos de nuestra competencia. *Ver página 39 de Anexos*. Hemos obtenido precios de toda su gama de bandejas aunque nosotros, tal y como se puede observar en la tabla comparativa de precios que aparece en páginas posteriores, hemos tomado unas medidas de referencia con las que trabajamos en todo momento que se aproximan a las muestras chinas.



Coopbox Hispania

COOPBOX HISPANIA, es líder en España y Portugal, en la producción y comercialización de envases y embalajes de poliestireno expandido para alimentos frescos. La empresa está ubicada en Lorca (Murcia).

En este caso hemos pedido presupuesto de sus bandejas de poliestireno expandido que garantizan un perfecto envasado para los alimentos frescos, como verdura, fruta, carne y pastelería (*ver página 46 de Anexos*) pero no hemos recibido respuesta.



Dynaplast

Dynaplast se encuentra dentro del sector de negocios de Coopbox Europe, junto a Coopbox Hispania. Su actividad se centra en la producción y comercialización de envases transparentes para el embalaje de alimentos tanto frescos como preparados.

En este caso no hemos querido pedir presupuesto ya que nos basaremos en los datos obtenidos por Coopbox Hispania, empresa perteneciente al mismo grupo.

Tabla comparativa de precios

MEDIDAS ESTÁNDAR	PRECIOS DE REFERENCIA (Comaritech Sistemas) (Bandejas plástico)		PRECIOS BANDEJA CAÑA DE AZÚCAR (USD) Sunpleasure	PRECIOS BANDEJA FÉCULA DE MAÍZ (USD) Guangzhou TE	PRECIOS COMPETENCIA Bandesur
230*178*38	0,0349 EUR	0,0501 USD	0,1005	0,1041	
250*175*39	0,0329 EUR	0,0472 USD	0,1236		0,0528
250*174*22	0,03864 EUR	0,0555 USD	0,0772		0,0516
178*135*20	0,01823 EUR	0,0261 USD	0,1120	0,0637	0,0315
271*135*28	0,0336 EUR	0,0482 USD	0,1005		0,0492

La razón de ser de esta tabla comparativa de precios es conocer, aproximadamente cuál es nuestra situación en el sector, respecto a nuestra competencia. Hemos tomado unos precios de referencia de un presupuesto obtenido de Comaritech Sistemas (ver *página 47 de Anexos*) y, a partir de los mismos, hemos analizado los precios de bandejas de caña de azúcar, de maíz y bandejas de plástico de la competencia (de Bandesur).

Los cambios que hemos tenido que realizar para llevar a cabo la comparativa es que los precios españoles se encuentran en euros y los de China en dólares americanos. Decidimos llevar a cabo el estudio en dólares porque es la divisa en la que nos cotizan las bandejas chinas. En el momento de realizar el cambio el tipo era: 1,43709.

También hemos tenido que pasar los precios desde China, en FOB, a precios en posición DAP. Para ello, a través del escandallo, hemos calculado el coeficiente por el que multiplicaremos los precios FOB para obtener lo que buscamos.

Para ello hemos calculado el promedio del FOB unitario (ya que tenemos cinco tipos de bandejas con un rango de precios que varía entre 0,0427 USD y 0,0797 USD) cuyo resultado es 0,0638. Hemos realizado la misma operación con el DAP unitario cuyo resultado es 0,0866.

$$\text{Coeficiente comparativo} = \frac{\text{DAP unitario (promedio)}}{\text{FOB unitario (promedio)}} = \frac{0,0866}{0,0638} = 1,3591$$

Cientes

Nuestro principal objetivo ha sido, desde el principio, encontrar clientes para nuestro producto. Una tarea complicada cuya dificultad se vio incrementada por la espera de las muestras que nos han mandado desde China.

Una vez que tuvimos las muestras en nuestro poder, pudimos calcular costes y ofrecer un presupuesto, más o menos ajustado a la realidad, a las potenciales empresas interesadas.

A continuación vamos a llevar a cabo un análisis más detallado de las empresas con las que hemos contactado y aquellas que, en un futuro, podrían llegar a ser nuestros clientes. Entre ellas se encuentran las grandes superficies y las pequeñas cooperativas ecológicas. De las primeras, hemos tomado Carrefour como ejemplo porque su campaña a favor de la ecología ya se encuentra muy avanzada y, en un primer momento, podríamos pensar que es un mercado más accesible para nosotros. En el caso de las otras empresas, “El Corte Inglés-Opencor” (*ver página 48 de Anexos*), “Día”. “Mercadona”, etc. nuestra labor podría ser mucho más ardua ya que sería como empezar de cero con ellos y, al igual que a la sociedad en general, concienciarles de las ventajas y el valor añadido que les puede aportar el comerciar con este tipo de productos.

Además del sector de las grandes superficies, como ya hemos indicado, también nos queremos dirigir a productores locales. Pequeñas empresas, comprometidas con el medioambiente, sin dependencia de las grandes empresas de suministro y comercialización, cuya herramienta de trabajo sea la agricultura ecológica. En este mercado no suele primar el ánimo de lucro si no la moral de las personas que quieren, realmente, contribuir a una mejora del medioambiente fomentando el desarrollo sostenible. Probablemente, al dirigirnos a este sector en contrapartida a las grandes superficies, el precio de nuestro producto no suponga gran problema. Aquí haremos hincapié en el valor añadido que podemos ofrecer y la venta de productos ecológicos en envases también ecológicos puede llegar a ser una propuesta muy tentadora.



Nestlé España, S.A.

Hoy en día, Nestlé es el primer grupo alimentario mundial con 456 fábricas en 84 países, 283.000 mil empleados y una cifra de negocios de 69.288 millones de euros. Es líder del mercado en una amplia gama de productos como café soluble, chocolates, platos preparados esterilizados, pasta fresca, leches infantiles, de crecimiento y harinas entre otros.

Sólo en España, la empresa cuenta con más de 6.000 trabajadores que facturan más de 2.100 millones de euros anuales entre un total de 14 centros de producción. El 40% del total de la producción española se destina a la exportación, cuyo principal destino son otros países de Europa.

Nestlé contempla la protección del medio ambiente en todas y cada una de las etapas del proceso productivo en las que interviene y es consciente de la necesidad de preservar recursos naturales tan importantes como el agua, la energía y las materias empleadas en el envasado de sus productos, vitales en su proceso de producción. El esfuerzo económico invertido durante los últimos cuatro años supera los 40 millones de euros.

La compañía ha llevado a cabo una serie de acciones encaminadas a la reducción del consumo de envases, así como la utilización de materiales reciclables. Ya ha introducido material bioplástico en varios de sus productos. Cabría destacar el film utilizado en algunos envases de chocolatinas, muy interesante respecto a nuestro propio producto, ya que está constituido en un 30% por melaza, un subproducto de la caña de azúcar. Por el momento, el 70% restante está compuesto por PET (resinas plásticas que no son biodegradables aunque sí reciclables).

Como se puede observar en el anexo (*ver página 49 de Anexos*), China se encuentra entre los países que exportan a Nestlé España y, entre los productos, también encontramos la partida arancelaria en la que se clasifica el nuestro.

Tanto los productos de Nestlé como los nuestros van dirigidos al sector de la alimentación. La principal diferencia es que nuestra empresa se dirige a mercancía fresca, como frutas y verduras, mientras que Nestlé se centra en productos elaborados. Por el momento, Nestlé no utiliza un producto similar al nuestro para ninguna de sus secciones pero tiene una amplia gama de potenciales envases biodegradables, en donde YouGlobe-Traders podría abrirse camino.



Sealed Air Packaging S.L.

Sealed Air es una empresa líder en innovación a nivel mundial, establecida en más de 51 países, uno de ellos España. Su liderazgo se basa en el compromiso de ofrecer soluciones completas de envasado, no sólo materiales de envasado innovadores y líneas de envasado completas sino también los procesos.

Ofrece una gran variedad de materiales para envases protectores tanto en el sector alimentario como dirigidos para medicina u electrodomésticos entre otros. Constituye una red global de ciencia e innovación que demuestra de una manera muy clara el impacto que puede llegar a tener a nivel general la buena gestión de los envases, en diferentes sectores, pero sobre todo en el de la alimentación.

Sealed Air es una empresa con valores, muy concienciada con su entorno, medioambiente, sociedad, etc. que ha dedicado más de 50 años a crear productos sostenibles capaces de reducir residuos.

A pesar de tener muy clara su Responsabilidad Social Corporativa, para el caso de envases de frutas y verduras, Sealed Air no trabaja con nuestro producto si no que utiliza las más comúnmente conocidas como bandejas de espuma (poliestireno expandido). Por esto mismo no es un competidor directo para nosotros si no que incluso lo podríamos ver como un cliente potencial.



Carrefour S.A.

El Grupo Carrefour fue inaugurado en Francia en 1963 y su modelo de mercado fue exportado rápidamente a otros países (tiene presencia en de 34 países con más de 15.000 tiendas). Otro dato muy interesante en relación al sector en el que nos movemos nosotros es que Carrefour fue la primera compañía de distribución en eliminar las bolsas de plástico.

Carrefour es una de las empresas más comprometidas con el medio ambiente que hemos estudiado a lo largo de este estudio. Poder realizar operaciones con Carrefour es un reto que nos planteamos con ilusión ya que estamos hablando de una empresa comprometida con unos objetivos muy similares a los nuestros. Hemos intentado contactar con ellos (gracias a la información proporcionada por el profesor Jacobo Pérez. *(ver página 51 de Anexos)* pero, de momento, no hemos recibido respuesta *(ver página 50 de Anexos)*.

En España, Carrefour lleva a cabo numerosas actividades orientadas al desarrollo sostenible. Además de la retirada de bolsas, también se está implantando el uso de cajas de cartón (un material con menos impacto medioambiental) en el servicio a domicilio. También se han eliminado algunas bandejas de plástico para frutas y verduras y se han sustituido por barquetas de cartón ondulado elaboradas a partir de papel reciclado. En este caso la diferencia con nuestro producto se basaría en la biodegradabilidad. Las barquetas de cartón únicamente son reciclables mientras que nuestras bandejas de caña de azúcar serían tanto reciclables como biodegradables.

Lo más interesante para nosotros es la que desarrolla una gama de productos exclusivamente ecológicos según las condiciones de fabricación y producción establecidas en el Reglamento Europeo 834/2007. Esta línea “Carrefour Ecobio” se lanzó en el año 2002. Se compone de productos procedentes de la agricultura ecológica, que evita el uso de sustancias químicas y la manipulación genética. En esta línea encontramos productos como aceites y vinagres, alimentos infantiles, cafés e infusiones, charcutería, conservas y congelados, desayunos, dulces, y un largo etc. Otra de sus marcas ecológicas se conoce con el nombre de “Eco-Planet” cuyo principal componente son los productos de limpieza ecológicos.

También lleva tiempo trabajando en el sector de envases y embalajes para un desarrollo tecnológico de los mismos y, de esa forma, minimizar el impacto ambiental del producto, incorporar nuevos materiales según su impacto ambiental en su ciclo de vida, etc. Lo ideal para nosotros sería que Carrefour exigiese un envasado ecológico para los productos de sus líneas ecológicas. Si lográramos convencerlo de ello Carrefour se convertiría en nuestro principal cliente y nosotros podríamos incluso ampliar nuestra gama de productos y distribuir envases ecológicos no sólo para frutas y verduras si no para todo tipo de productos de alimentación.



Makro Autoservicio Mayorista S.A.

Makro pertenece a Metro Group: El tercer grupo mundial en distribución, con más de 2.200 tiendas en 32 países. Metro Group cuenta con cinco divisiones de negocio que operan de forma independiente:

- Metro/Makro Cash & Carry: Autoservicio al mayorista.
- Real: Hipermercados.
- Media Markt y Saturn: Líder europeo en tiendas de electrónica.
- Galeria Kaufhof: Grandes almacenes.

Hoy en día Metro Cash & Carry tiene funcionando 600 almacenes de venta al por mayor en 29 países y es el número uno de los autoservicios mayoristas en el mundo. Las oficinas centrales y la junta directiva están ubicadas en Düsseldorf (Alemania).

Los esfuerzos de Makro están centrados, casi exclusivamente, en el cliente profesional de los canales HORECA:

- **H**Ostelería
- **R**Estaurantes
- **C**Atering

Aproximadamente el 65 % de las ventas de Makro corresponden a este tipo de cliente, mientras que el trader o intermediario representa un 25 %, y con un 10 % únicamente aparece el consumidor final.

En el caso de frutas y verduras, tienen una amplia gama de productos ecológicos, que serán los impulsores e iniciadores para el resto de surtido embandejado. De este modo, seleccionamos Makro como un cliente potencial debido su gran influencia en el canal HORECA, sector de gran peso en el sector de distribución hortofrutícola, como podemos observar a continuación.

Por un lado, la estructura del canal HORECA está en continuo proceso de crecimiento y transformación. Actualmente el consumo fuera del hogar representa entre el 30% y el 33% de todo el consumo de alimentos y bebidas que realizan los españoles, y se prevé que en un período de 15 ó 20 años esta tendencia vaya en aumento, llegando a suponer hasta el 50% del mismo.

Por otro lado, el aprovisionamiento de este sector en la Comunidad de Madrid tiene una especial incidencia tanto el Mercado Central de Abastos de Madrid (Mercamadrid) como Makro. Entre ambos abastecen el 75-80% de las compras del canal HORECA madrileño, si bien se observa un continuo retroceso de la actividad de aprovisionamiento de éstos, como consecuencia del desarrollo de centrales de compra de las grandes cadenas y franquicias. No obstante, Mercamadrid supone en este sentido el principal proveedor de productos frescos al sector de hostelería y restauración a través de 513 empresas, cuyo volumen de negocio supera los 1.700 millones de euros.

La propia industria agroalimentaria española está viendo a este canal como un elemento imprescindible para comercializar sus productos, que precisa de una estrategia de comercialización específicamente adaptada a las características y expectativas de esta particular vía de consumo alimentario.

Por estos motivos, hemos elegido Makro como cliente, ya que tiene ubicada su plataforma de distribución de productos frescos en Mercamadrid y podrá servir de referencia para otros distribuidores y proveedores de un mercado central muy dinámico, además de constituir un elemento estratégico por su gran influencia en el canal HORECA.

De este modo, contactamos vía telefónica (gracias a su página web) con las oficinas centrales de Makro España, situadas en Madrid, donde nos facilitaron el mail de contacto del comprador de fruta y verdura de Makro en Península y Baleares. Intercambiamos varios correos (*ver página 53 de Anexos*) iniciados con una breve presentación de nuestra empresa y producto; finalmente, tras el interés mostrado por Makro hacia las bandejas biodegradables, fijamos una reunión, la cual resumimos a continuación.

Reunión Makro (jueves 21 de abril de 2011)

Tras la reunión mantenida con Makro, en la que fuimos recibidos por el comprador de fruta y verdura de Península y Baleares, sacamos las siguientes conclusiones tras los temas tratados.

En primer lugar, remarcar el gran interés mostrado por Makro por las bandejas biodegradables; consideran que puede ser un elemento estratégico para la captación de nuevos clientes y abrir un nuevo mercado inexistente en España.

Además, están convencidos del valor añadido que el envase confiere al producto, aunque siempre que vaya acompañado, también, de film o plástico retráctil biodegradable para envolver el producto, De esta forma aportaríamos una solución global al producto, tal y como nos sugirieron en uno de los mails intercambiados (*ver página 53 de Anexos*).

En cuanto a las características del producto y los formatos de las bandejas quedaron convencidos. Otra cuestión fundamental es la adaptación de nuestras bandejas a las unidades logísticas estandarizadas del sector hortofrutícola español; esto es, nuestras bandejas han de adaptarse a las cajas. Las medidas estándar de las cajas, tanto en cartón como en plástico son 30*40 cm y 40*60 cm. Adjuntamos fotografía donde se observa la completa adaptación de nuestras bandejas al sistema más común de encajado (envases plásticos plegables, lavables y por ello, reutilizables). Por estos motivos, se hicieron pruebas de adaptabilidad en la reunión.



Por último, nos solicitaron muestras para que sus proveedores pudieran hacer pruebas en sus líneas de envasado y ver como se adaptan al surtido y formatos actuales de Makro; solicitan 500 bandejas de cada uno de los 5 formatos para llevarlas a cabo. Nosotros accedimos a ello y nos pusimos en contacto con nuestro proveedor para transmitirle la información y negociar un precio ajustado para la implantación. A día de hoy, todavía no hemos podido llevar a cabo el intercambio de muestras debido a una serie de retrasos en el embarque de la mercancía.

Por estos motivos, queda prácticamente justificada la viabilidad del proyecto, aún siendo conscientes del período de maduración que conlleva, el cual motiva a fecha de entrega, que no hayamos recibido las muestras solicitadas por Makro. A pesar de ello, tal circunstancia es la que nos empuja a seguir centrando nuestros esfuerzos en la ejecución del proyecto.



Cooperativa de Consumidores La Ortiga

La Asociación La Ortiga surgió en 1992 en la mente de un grupo de personas interesadas en la producción ecológica, el desarrollo rural y el consumo de productos ecológicos, en Sevilla. Fue en 1993 cuando La Ortiga comenzó a funcionar con el objetivo de servir de nexo entre productores y consumidores concienciados con el desarrollo sostenible. La Ortiga no es una simple tienda de productos ecológicos donde puedes comprar productos más sanos y mejores para el medio ambiente.

Los productores socios de esta asociación pertenecen a diversos sectores agroalimentarios. Nosotros seleccionaremos aquellos dedicados a la producción y comercialización de frutas y hortalizas ecológicas:

- **Repla S.C.A.**
- **Gregorio Días Cantillo**
- **Antonio Mulero Tamayo**
- **Agrícola Pueblos Blancos S.C.A.**
- **Cucho Verde S.L.**
- **Manuel Soto López**
- **Manuel Vaquero Ortiz**
- **La Verde**
- **Ecoaltiplano S.C.A.**



CestaVerde.com

CestaVerde ofrece alimentos y productos ecológicos al mejor precio ya que no trabaja con intermediarios. Los agricultores y ganaderos ecológicos entregan el producto y CestaVerde los prepara para que lleguen totalmente frescos al cliente.

Lo que nos interesa de CestaVerde es que utiliza únicamente cajas de cartón, 100% reciclables, para embalar el pedido y, que, además es una empresa establecida en Madrid.

La idea de entregar los alimentos así es perfectamente factible sobre todo si hablamos de agricultura ecológica pero hay que tener en cuenta, que en determinadas ocasiones haría falta envasar la mercancía por piezas, de forma más reducida. Por ejemplo, si se va a realizar un transporte un poco más largo de lo normal, habría que garantizar una mejor sujeción de la mercancía. La empresa, de momento, solo trabaja con pedidos a repartir en Madrid y Toledo, pero es muy probable que, dada la proyección de la misma, las rutas se amplíen en un futuro. Aquí entraríamos nosotros con nuestro producto, totalmente integrado con los objetivos de la empresa.



Ecocentro

Al igual que la empresa anterior Ecocentro también se encuentra en Madrid. Es un multiespacio creado en 1993, dedicado íntegramente a la vida alternativa y natural, siendo un establecimiento pionero de estas características en nuestro país. Consta de diversas secciones agrupadas en un mismo espacio de las que la Multitienda Natural de alimentación sería nuestro objetivo. En esta tienda los clientes podrán encontrar todo tipo de productos biológicos y/o integrales, incluyendo, por supuesto, frutas y verduras.

En este caso también podríamos contactar con Ecocentro ya que podrían verse interesados en nuestro producto como alternativa de envase de frutas y verduras para su tienda.

FISCALIDAD DE LA OPERACIÓN

Derechos de importación y clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria es de vital importancia en una operación de comercio exterior puesto que fija el importe de los derechos arancelarios y del IVA. Además, permite la correcta aplicación de la Política Comercial e informa sobre si necesita una licencia o permiso para la importación o exportación.

La nomenclatura combinada es un Reglamento que se publica anualmente y en él figuran los derechos que gravan las mercancías.

Para conocer el Código de Nomenclatura Combinada (CNC) para el producto que queremos importar, nos pusimos en contacto con Pedro Fernández, agente de aduanas de Marítima del Estrecho el cual, nos facilitó el CNC en el que podemos clasificar el producto. *Ver página 60 de Anexos.* Este Código es el siguiente:

CNC: 4819.50.00.00

Una vez conocido el CNC podemos conocer los derechos de importación que se aplican a esta mercancía. Para ello, acudimos al Reglamento (CE) nº 732/2008.

En el Reglamento (CE) nº 732/2008 del Consejo de 22 de julio de 2008, por el que se aplica un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el periodo del 1 de enero de 2009 al 31 de diciembre de 2011 y se modifican los Reglamentos (CE) nº 552/97 y nº 1933/2006 del Consejo y los Reglamentos (CE) nº 1100/2006 y nº 964/2007 de la Comisión.

El Reglamento (CE) 732/2008 nos permite saber si China es un país beneficiario del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG). Para ello, acudimos al Anexo I del citado Reglamento y comprobamos que China es país SPG. No obstante, cuenta con un elevado número de exclusiones debido a que su elevada competitividad hace innecesaria la ayuda adicional de las preferencias arancelarias. Estas exclusiones comprenden lo siguiente:

CN	República Popular China	S-VI	Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas
		S-VII	Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas
		S-VIII	Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de guarnicionería o de talabartería; artículos de viaje, bolsos de mano y contenedores similares; manufacturas de tripa
		S-IX	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería
		S-XI(a)	Materias textiles; S-XI(b) Sus manufacturas
		S-XII	Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello
		S-XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y sus manufacturas
		S-XIV	Perlas finas (naturales o cultivadas), piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
		S-XV	Metales comunes y manufacturas de estos metales
		S-XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
		S-XVII	Material de transporte
		S-XVIII	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión; instrumentos y aparatos médicoquirúrgicos; aparatos de relojería; instrumentos musicales; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos
		S-XX	Mercancías y productos diversos

Cada sección abarca un número de capítulos determinados. El capítulo 48, comprende “*Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o de cartón*”. El mismo, se encuentra incluido en la sección X “*Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones*”. Por tanto, para esta partida no existe ninguna exclusión.

Para conocer el gravamen que se aplica, acudimos al siguiente Reglamento. El Reglamento (CE) nº 1789/2003 de la Comisión de 11 de septiembre de 2003 por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) nº2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común. En el Anexo I relativo a la nomenclatura combinada se detalla un índice de materias. En dicho índice, debemos buscar la sección correspondiente a nuestro capítulo y como vimos anteriormente, este es el 48.

En la segunda parte del citado Reglamento, se hace referencia al cuadro de derechos arancelarios agrupados en veintiuna secciones; localizaremos la Sección X y el capítulo 48.

Código NC	Designación de la mercancía	Tipo del derecho convencional (%)	Unidad suplementaria
4819	<i>Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napas de fibra de celulosa; cartonaje de oficinas, tienda o similares:</i>		
4819 50 00	- Los demás envases, incluidas las fundas para discos.	exención	-

No obstante, en la práctica, no se utiliza esta forma para conocer el arancel que afecta al producto. La vía más fácil y adecuada es acudir a las bases de datos existentes en Internet. Para ello, lo único que necesitamos saber es el CNC del producto y, como vimos anteriormente, los agentes de aduanas y expertos en la materia pueden obtenerlo.

Una de estas bases de datos es Export HelpDesk. Es un servicio prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países el acceso a los mercados de la Unión Europea. La misma, se encuentra disponible en seis idiomas (inglés, español, francés, portugués, árabe y ruso).

Una vez en la página web, se accede al enlace “Derechos de importación” y a continuación, se introduce el código del producto, el país de origen y una fecha de simulación. En nuestro caso hemos introducido los siguientes datos:

FORMULARIO DE INTRODUCCIÓN DE DATOS

Introducir un código de producto (10 digits) [Navegar o Buscar.](#)

Seleccionar un país de origen

Seleccionar una fecha de simulación

Los resultados obtenidos pueden verse en la imagen siguiente:

DERECHOS DE IMPORTACIÓN

RESULTADOS

Código del producto	4819500000
País de origen	China
Fecha de simulación	27 de abril de 2011

Código	Descripción del producto
4819	Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa; cartonajes de oficina, tienda o similares
4819 10	-Cajas de papel o cartón corrugado
4819 20	-Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar
4819 30	-Sacos (bolsas) con una anchura en la base superior o igual a 40 cm
4819 40	-Los demás sacos (bolsas); bolsitas y cucuruchos
4819 50	-Los demás envases, incluidas las fundas para discos
4819 60	-Cartonajes de oficina, tienda o similares

Origen	Código adicional	Tipo de medida	Derecho de aduana	Pié de página	Reglamento/ Decisión
Erga omnes		Derecho terceros países	0 %		R1789/03
Erga omnes		Suspensión arancelaria de aeronavegabilidad	0 %	CD333	R1147/02

Fuente DG Fiscalidad y Unión Aduanera Taric

Régimen de comercio exterior (RCE)

El régimen de comercio exterior se encuentra recogido en la Circular de Importación de 1 de marzo de 2010 de la Secretaría General de Comercio Exterior, relativa al procedimiento y tramitación de las importaciones e introducciones de mercancías y sus regímenes comerciales.

En el Anexo II de dicha circular, buscamos el CNC correspondiente a nuestro producto. Al localizar nuestro producto se nos indicará qué régimen general de importación nos afecta. La partida arancelaria 4819.50.00.00 no se encuentra en la citada circular. Por tanto, no existe un régimen de importación de comercio que nos afecte.

En lo referente a los controles concomitantes no resulta necesario los controles farmacéuticos, sanitario, veterinario ni fitopatológico.

Regímenes especiales/ particulares: productos ecológicos (Reglamento nº 1235/2008).

REGLAMENTO (CE) No 1235/2008 DE LA COMISIÓN de 8 de diciembre de 2008 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 834/2007 del Consejo en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

Formalidades aduaneras a realizar

Para la importación de las bandejas biodegradables, será necesario presentar una serie de documentos determinados. La primera formalidad aduanera ante la que nos encontramos para poder llevar a cabo nuestra operación, consiste en la presentación de un **DUA** (Documento Único Administrativo) de importación ante la Aduana. El juego del DUA para una operación de importación está constituido por los siguientes ejemplares:

- Ejemplar nº 6: para la Aduana de importación.
- Ejemplar nº 7: para la elaboración de estadísticas de Comercio Exterior.
- Ejemplar nº 8: para el interesado (importador).
- Ejemplar nº 9: será necesario para poder autorizar el levante de la mercancía.

Junto con el DUA de importación (*ver página 61 de Anexos*) la mercancía deberá ir acompañada de la siguiente documentación:

- **Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading B/L).** *Ver página 65 de Anexos*
- **Factura comercial** por triplicado debidamente firmada y sellada por el vendedor; se detallará en profundidad en el capítulo 7 correspondiente a medios de pago. *Ver página 66 de Anexos.*
- **Packing List.** Este documento tiene por objeto detallar el contenido de las mercancías que se importan. *Ver página 67 de Anexos.*
- **Pruebas de origen dentro del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG).** Los productos originarios de los países beneficiarios del sistema de preferencias generalizadas de la UE deberán presentar un certificado de origen modelo A (FORM – A) o, en casos concretos, una declaración en factura extendida por el exportador. Para que el exportador pueda extender una declaración en factura, es necesario que el envío de productos no exceda de 6.000 euros. Por lo anteriormente explicado, el documento que se debe presentar en nuestro caso, es el FORM – A. *Ver página 68 de Anexos.*

Debe tenerse en cuenta, el periodo de validez de la prueba de origen. La duración del mismo es de diez meses.

IVA e Impuestos Especiales (II.EE)

Como ya se ha mencionado anteriormente nuestro producto tiene un derecho arancelario del 0%, lo que lo convierte en un producto atractivo a la importación, a priori, desde un punto de vista fiscal. También hay que señalar que no hay ningún tipo de impuesto especial ni tasa alguna específica para nuestro producto por lo que la fiscalidad del producto se reduce, desde el punto de vista monetario, al IVA.

Es preciso señalar que en la base imponible del IVA se incorporarán todos los gastos necesarios hasta la entrega del producto en posición DAP, excluyendo los honorarios del agente de aduanas. Dado que los derechos arancelarios son valor 0 éstos no tienen influencia a la hora de calcular el IVA, que para nuestro producto es del 18%.

En un primer momento no supimos con certeza si clasificar nuestro producto con el tipo de IVA general o con el reducido ya que nuestro producto podría, de alguna manera, clasificarse como producto relacionado con la agricultura. Tras haberlo estudiado en profundidad y haber consultado a diversos expertos en aduanas, podemos confirmar que nuestro producto soporta el 18%. La razón para ello es que, aunque nosotros digamos que las bandejas van destinadas al uso de envase de frutas y verduras, no podemos probarlo ante la aduana, ya que existe una gran variedad de productos que se podrían envasar en las mismas.

Después de aclarar el tipo y estimar la base imponible, se contactó telefónicamente con Marítima del Estrecho, situado en Algeciras, la cual nos reportó a un agente de aduanas en Valencia, quien nos dio un presupuesto aproximado de 120 euros para el despacho de los cinco contenedores. Es este agente de aduanas el encargado del trámite y documentación relativa al IVA. Este impuesto lo soportara nuestro cliente, que lo repercutirá al consumidor final a través del precio, por lo que este no puede considerarse un coste en ningún caso, a no ser que nos refiramos al coste financiero que supone el tiempo de espera entre que el empresario soporta dicho IVA y lo repercute.

<u>VALOR EN ADUANA</u>	
Valor CPT (menos gastos interiores)	$89.885,07 - 4.975 = 84.910,07$
Seguro (0,45% CPT)	404,48
Derechos arancelarios	0%
TOTAL	85.314,55 euros

<u>IVA</u>	
Gastos bancarios (0,8%CPT)	692,12
Beneficio (10% CPT)	8.988,51
Imprevistos (1% CPT)	898,85
Gastos interiores (forfait de importación)	4975
Valor en aduana	85.314,55
Base imponible IVA	100.869,03
TOTAL	18% 100.869,03 = 18.156,43 euros

Por lo tanto el IVA a pagar por nuestro cliente seria de **18.156,43 euros**. Como ya ha indicado anteriormente dicho IVA no supone un coste dado que es repercutido en el precio final al consumidor final. Tenemos que destacar que no hemos incorporado la tarifa T3 dado que nuestro transportista no nos ha dado una cantidad fija debido a que puede variar según circunstancias. Esta decisión se ha tomado ya que, nosotros ofrecemos un precio aproximado e incluir la tarifa no supondría una variación excesivamente grande.



TRANSPORTE Y SEGURO

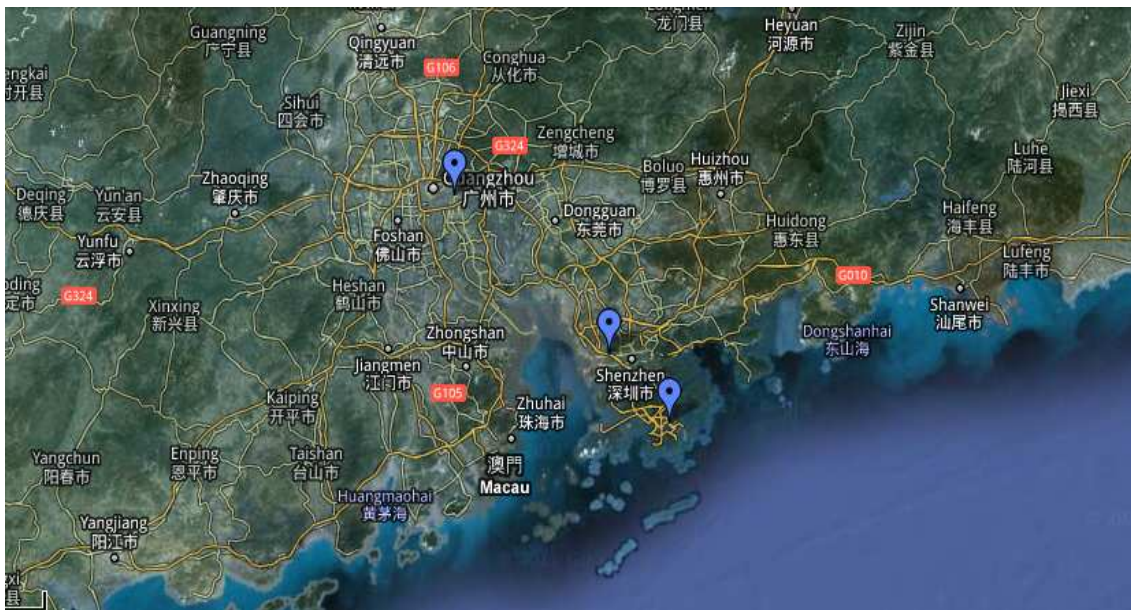


Transporte

Como hemos explicado en puntos anteriores, el producto elegido proviene de la región China de Cantón (Guandong), con lo que el único transporte posible y rentable económicamente es el marítimo. En la citada zona, hay 3 puertos: Shenzhen, Guangzhou y Sanshan. Éste último es el puerto de la conocida ciudad de Hong Kong. Por lo general, los proveedores chinos de la zona tienen la posibilidad de elegir cualquiera de esos tres puertos para embarcar sus mercancías.

Para llevar a cabo el transporte de nuestras mercancías, nos decidimos, de entre los tres, por Shenzhen, que resulta algo más económico, tanto por el coste del transporte como por el precio FOB que nos cotizan. Detalle a tener en cuenta dado el límite económico de solvencia con el que cuenta nuestra empresa.

En la siguiente imagen podemos observar el mapa con la situación de los puertos anteriormente mencionados.



Para averiguar el precio del flete contactamos con diversas compañías transitarias que nos ofrecieron diferentes cotizaciones, tal y como podemos observar en la *página 71 de Anexos*.

Las empresas consultadas fueron: DHL, Panarcos Internacional S.L. y QuickCargo S.L.

Finalmente, después de un detallado estudio elegimos la empresa DHL, que procederemos a analizar en profundidad. *Ver página 72 de Anexos*.

Nuestro proveedor pondrá la mercancía a disposición de nuestro transitario en el buque que nos solicite este último. En ese mismo momento los riesgos correrán por nuestra cuenta. Por esta razón procederemos a contratar un seguro que analizaremos más detenidamente en el punto siguiente.

El flete desde el puerto de Shenzhen hasta Valencia tiene el precio de 725 USD/CONT. A esos gastos hay que sumarles 10 USD/CONT de paso por el canal de Suez, 44 USD/CONT de recargo por el paso por el golfo de Adén (este recargo se debe al paso por una zona peligrosa conocida últimamente por el asalto a buques por parte de piratas somalíes). Otro importe de 200 USD/CONT de recargo por sobrepeso y 400 USD/CONT por combustible. Esos serían los gastos desglosados hasta el puerto de Valencia, que hacen un total de 6.895 USD (4.657 EUR).

El transporte de Valencia a Madrid, para poner el producto a disposición del cliente, se haría por carretera, que es un sistema más flexible y cómodo, que permite poner la mercancía del cliente en lugar solicitado.

Los gastos de Valencia a Madrid serían 995 €/CONT. Todo esto sumaría un total de 9.632 €, a los que faltaría sumarle el importe de T3, que es una tarifa portuaria que se aplica según la mercancía que se descargue. Como hemos indicado anteriormente por lo general suele ser un importe poco significativo con respecto a la cotización total del flete.

A través de una conversación telefónica, DHL nos confirmó que el tiempo estimado para que la mercancía llegue a Madrid es de 30 días.

En la siguiente imagen podemos observar el recorrido de los contenedores desde China hasta Madrid.



También hemos preguntado la cotización del transporte por ferrocarril, pero iría desde Silla, Valencia hasta la terminal del Abroñigal en Madrid. El precio sería mucho más barato, 165,52 euros más un gasto de 21 euros por movimiento de grúa, tanto en origen como en destino. Un total del 207,52€ por contenedor. Ver *página 79 de Anexos*.

Sería otra opción más que le daríamos a nuestro cliente, pero hemos decidido quedarnos con el transporte por carretera ya que nos permite dejar la mercancía a disposición de nuestro cliente en sus almacenes, o donde pueda necesitar.

Seguro

Cuando el proveedor deja la mercancía en el buque solicitado, nosotros compramos en posición FOB Shenzhen, es cuando los riesgos corren de nuestra cuenta, hasta que la mercancía es puesta a disposición de nuestros clientes en Madrid. Para cubrirnos de posibles imprevistos hemos pedido cotización de seguros a diferentes compañías: Mapfre y SegurosGenerales.eu, que están especializadas en seguros de transporte.

Las compañías transitarias también nos han ofrecido seguro para la mercancía, pero hemos preferido estudiar otras posibilidades con el objeto de obtener mejores costes y ser más competitivos.

El coste del seguro que nos ha dado la transitaria es del 0,70% sobre el valor total del envío más el valor sobre el que se quiera asegurar la mercancía. Nosotros nos hemos decidido por asegurar el valor de la mercancía por su precio de venta, cubriendo así la pérdida de la mercancía, los gastos derivados de esta y el beneficio que tendría YouGlobe – Traders sobre sus clientes, en forma de comisión.

Finalmente, tras comparar precios hemos decidido contratar a la compañía aseguradora SegurosGenerals.eu, que nos ha cotizado un seguro para cinco contenedores por importe de 370 euros, tal y como se muestra en la *página 81 de Anexos*. Un 0,45% del valor CPT. Les solicitamos un informe en donde se explicasen las condiciones generales y riesgos que cubriría. La respuesta fue que cubriría condiciones de todo riesgo, más guerra y huelgas de acuerdo a las cláusulas inglesas ICCA (Institute Cargo Clauses All risk) + IWC (Institute War Clauses) + ISC (Institute Strike Clauses). Estas condiciones las podemos observar en la *página 83 de Anexos*.

MEDIO DE PAGO

Elección del medio de pago

YouGlobe -Traders se constituye como un intermediario, y para esta operación, tal y como hemos visto anteriormente, vamos a actuar como agentes de compra de nuestros clientes. Dicho esto, nuestra posición se basa en negociar el medio de pago con el proveedor, y asesorar a nuestros clientes para la obtención de las mejores condiciones posibles a la hora de la gestión del pago.

Tal y como podemos observar en la *página 96 de Anexos*. Contactamos con el proveedor para concretar un medio de pago: primeramente nos solicitaron una transferencia directa. A causa de que se trata de la primera vez que operamos con este proveedor, y por tanto no existe todavía la confianza suficiente, optamos por negociar el pago del 100% del importe a través de un crédito documentario. Finalmente, llegamos a un acuerdo con el proveedor de pagar un 30% del importe por medio de una transferencia, y el 70% restante por medio de un crédito documentario pagadero a la vista, que es el método de pago habitualmente usado por los proveedores chinos.

La confianza es básica en este tipo de negocios. En este caso el importe mayor de la compra lo va a abonar nuestro cliente como un crédito documentario, contra la presentación de una serie de documentos, que más adelante procederemos a analizar en profundidad. Con esto nos garantizamos que se embarque la mercancía, con los requisitos solicitados, que comprobará nuestro banco a través de los citados documentos y certificados. Somos conscientes de que este medio de pago, seguramente, no es tan económico como otros, pero en este caso y al ser la primera vez que se opera con el citado proveedor, preferimos que prime la seguridad, a pesar del coste soportado. Por otra parte también ofrecemos ventajas al exportador Chino, ya que se asegura el cobro de su factura, siempre que cumpla el condicionado pactado.

El pago

Transferencia

Primeramente vamos a mandar una transferencia internacional por importe de 27.907,08 USD, en cuanto recibamos el código SWIFT de la cuenta del proveedor chino. Por este importe el banco suele cobrar una comisión a modo de porcentaje sobre el importe enviado.

Crédito documentario

Nos hemos puesto en contacto con diversas entidades de crédito para solicitarles cotizaciones en relación a la apertura del crédito documentario. Finalmente nos hemos decidido por BBVA, puesto que es una entidad sólida y con garantías. Esta entidad se convertiría en el *banco emisor*, es decir, el obligado al pago contra la presentación de una serie de documentos que exigiremos le sean presentados.

Nuestro cliente, la persona que procedería a la apertura del crédito, sería el *ordenante*.

El proveedor chino (Sunpleasure LTD) el *beneficiario*, o lo que es lo mismo, la persona jurídica con facultad de exigir el pago al banco emisor, cumpliendo con lo estipulado.

El *banco avisador*, sería el encargado de comprobar con el banco emisor que el crédito documentario se ha abierto correctamente, avisando al beneficiario de la apertura del mismo. Este banco será el que nos indique Sunpleasure LTD, coincidiendo probablemente con el banco pagador, puesto que será con el que ellos trabajen habitualmente.

El crédito será *irrevocable*, que es como se realizan normalmente salvo mención expresa de lo contrario, cosa muy poco habitual y que no se suele aceptar. Esto quiere decir que una vez abierto no se podría cancelar.

Será *confirmado* por el banco del comprador, con lo que añadiría su garantía solidaria como entidad al pago del importe del crédito

Será *intransferible*, por lo que solo podrá ser cobrado por el beneficiario: Sunpleasure LTD

La divisa será el dólar estadounidense, por lo que nuestros clientes soportarán un riesgo de cambio, que procederemos a analizar más adelante en otro apartado.

Es *pagadero a la vista*, con lo que el beneficiario cobrará en cuanto presente los documentos exigidos en el condicionado.

Como el medio de transporte es multimodal, hemos decidido especificar que están permitidos los embarques parciales y los transbordos parciales, algo habitual, ya que nuestro principal interés es que la mercancía llegue a tiempo y en las condiciones pactadas en el contrato.

Para finalizar, el importe sería del 70% restante 65.116,52 USD.

Todos estos datos los hemos rellenado en un crédito documentario, que hemos añadido a la *página 97 de Anexos*. En donde se puede observar el crédito documentario a modo de ejemplo.

Documentación

La documentación exigida al proveedor es algo que hemos estudiado meticulosamente, puesto que de la presentación de la misma es un requisito indispensable para llevar a cabo el pago y que nuestro cliente reciba la mercancía solicitada. sí pues vamos a exigir que presente a nuestro banco (banco emisor) la siguiente documentación:

- **Factura comercial:** Factura con la que el proveedor va a dejar constancia del importa de la mercancía previamente acordado. *Ver página 66 de Anexos.*
- **Bill of Lading:** Para comprobar que han embarcado la mercancía. *Ver página 65 de Anexos.*
- **Packing list:** con la mercancía etiquetada y que detalle la cantidad de la misma. *Ver página 67 de Anexos.*
- **FORM – A:** Nos vale como certificado de origen. *Ver página 68 de Anexos.*

- **Certificados LFGP (Alemania) y FDA (EEUU):** Para comprobar que se adaptan a la normativa, tanto europea como americana, de productos ecológicos y biodegradables.

Así pues si todos los certificados son conformes nuestro banco procederá a abonar al beneficiario el importe del crédito.

Costes del crédito documentario

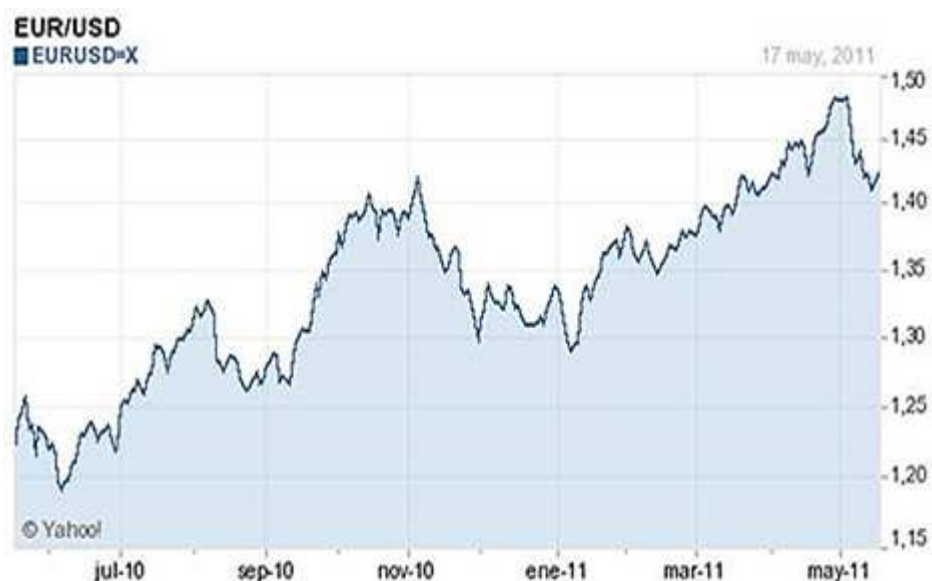
Las comisiones que cobraría el banco por la apertura del crédito serían las siguientes:

- Un 7,5 por mil del importe abierto, que en este caso sería 488,37 USD
- Un 2 por mil por el riesgo soportado, lo que implica unos costes de 130,23 USD

El importe de estas comisiones se puede observar en la *página 99 de Anexos.*, así como la forma en que fueron facilitadas a través de consultas realizadas al personal de la entidad.

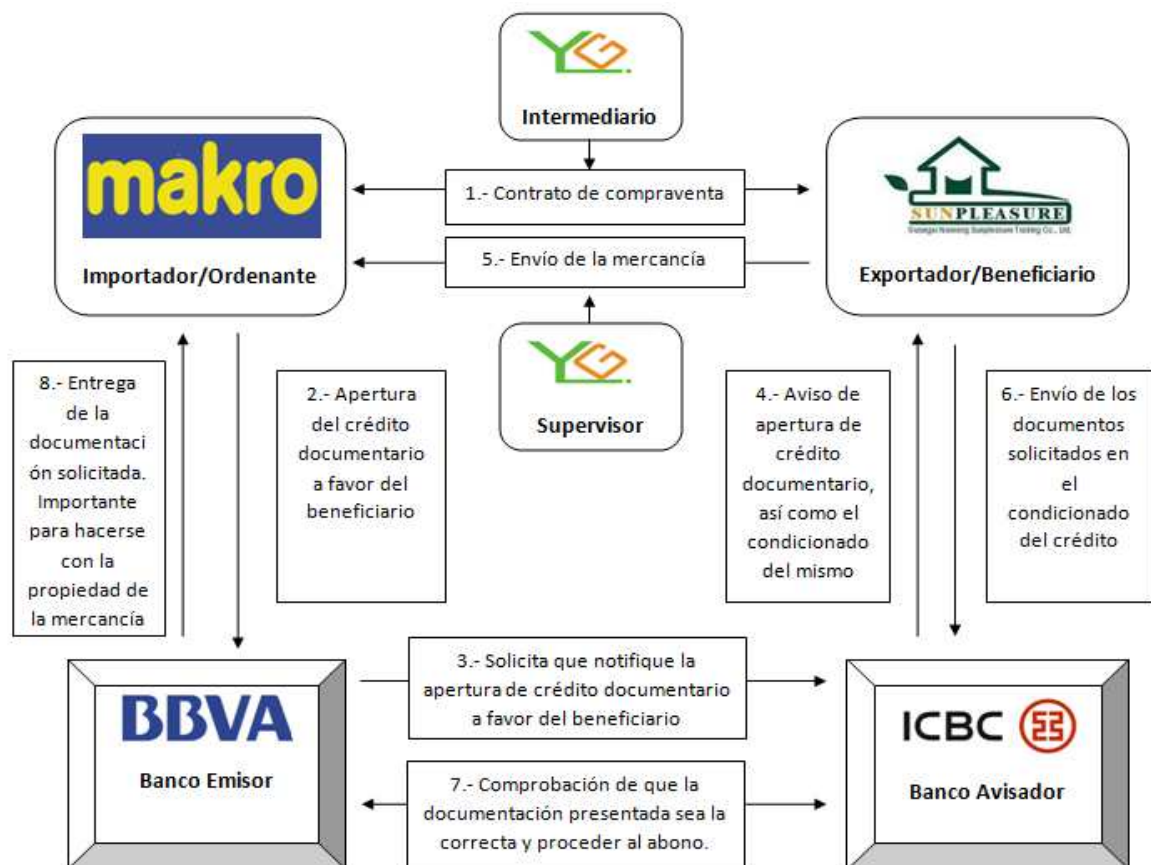
Riesgo de tipo de cambio

En esta operación se van a utilizar los dólares estadounidenses. En cuanto se confirme el pedido y la mercancía se embarque habrá pasado un tiempo, que nosotros consideraremos como un mes aproximadamente. En ese tiempo la cotización del dólar respecto al euro, la moneda con la que opera nuestro cliente puede variar, y cabe señalar que el mercado de divisas es muy volátil, tal y como muestra el gráfico:



Queremos eliminar esa incertidumbre con un seguro de cambio a un mes, que solicitaremos a la entidad en el momento del acuerdo y la firma con el proveedor. Un seguro de cambio es algo que se solicita y se cotiza, al momento, en la entidad. A mayor periodo de tiempo, más caro será el seguro, por lo que nuestra recomendación es la de no adquirirlo hasta que no se firme el contrato, y se realice el pedido. Entonces, en el momento de aperturar el crédito documentario tendríamos ya el precio de los dólares que pudiésemos necesitar.

Esquema de la financiación



COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO



Hoy en día, el marketing es uno de los aspectos más importantes a desarrollar en una compañía. En ocasiones, se invierte más tiempo y dinero en otros departamentos pero no hay que olvidar, que el marketing nos ayuda en nuestro lanzamiento como empresa y repercute indirectamente en el resto de departamentos puesto que, todos ellos están interrelacionados.

Por esta razón, se utiliza una gran cantidad de capital para contratar los servicios de verdaderos especialistas en esta área que nos ayuden en los momentos clave: nuevos lanzamientos, situaciones de crisis o comunicados en general.

Una vez elegido el nombre de la compañía se trató de realizar un calendario a desarrollar, con las principales actividades de marketing que debía afrontar la empresa. El primero de ellos fue establecer una pagina web que nos diera a conocer en la red, accesible a cualquier persona del planeta, y que pasaremos a explicar detalladamente en el apartado siguiente. Antes se nos planteo otro reto, la imagen o logo de la empresa, un logo adaptable a nuestra filosofía y principios con los que se creó la compañía, representados por los colores elegidos, tanto por su valor simbólico: el verde es el estandarte del movimiento ecologista y el marrón que lo relacionamos con la tierra. Aparte de eso, es un logotipo sencillo y visualmente atractivo, así como adaptable, tanto para la firma de los e-mails, como para tarjetas de visita, y para folletos y otros documentos.



Anteriormente a este logotipo hicimos otro, como se puede observar en la portada, algo más complicado, y que representaba el planeta junto con dos personas haciendo negocios. Queríamos que simbolizase el carácter internacional con el que queríamos empezar nuestra andadura empresarial, así como intentar dar una imagen de confianza.

Finalmente decidimos incluirlo en la portada de la página web, pero no en la operatoria habitual de la empresa.

Página Web

Para toda empresa, la decisión de tener una página web ya no es opcional, hoy si no se está presente en la red, es como no estar presente en el mercado. Es una posibilidad, tanto para darte a conocer a posibles clientes, como de autopromoción de los trabajos realizados.

Lo primero que hicimos fue buscar que nuestro dominio no estuviese registrado. Decidimos solicitar un dominio “.com” para darle carácter internacional a nuestra empresa, y después de consultar la disponibilidad de www.YouGlobe-traders.com decidimos registrarlo. Para ello, acudimos a la compañía <http://www.arsys.es/>, que además nos proporcionó también el servicio de correo electrónico con la extensión @youglobe-traders.com, desde donde creamos diversas cuentas de correo electrónico según las necesidades de nuestra empresa, con las que pudimos operar para contactar a posibles clientes y proveedores. El coste de registrar el dominio en internet más el servicio de correo ascendió a 93,22 €.

Una vez registrado el dominio y creadas las cuentas de correo pertinentes, procedimos a la creación de la página web. Para ello utilizamos el programa iWEB para MAC. En la primera página, la de bienvenida, aparece el logo en una situación privilegiada, para que el usuario pueda relacionar la página con nosotros. También hemos añadido fotos de medios de transporte e instalaciones que están directamente relacionadas con el comercio internacional, así como una breve explicación de las actividades que llevamos a cabo como empresa.

Tenemos un total de tres secciones, en una de ellas explicamos quienes somos, haciendo una breve reseña de nuestra empresa. En la siguiente explicamos a qué nos dedicamos y qué clase de servicios podemos ofrecer, así como en el campo en el que estamos especializados. Por último aparece un apartado de contacto, en el que se observa un mapa que indica dónde estamos situados físicamente, y una dirección de e-mail de contacto para que puedan acudir a nosotros posibles clientes interesados en nuestros servicios.

Como la lengua vehicular de los negocios es el inglés, decidimos también traducirla para que sea accesible a todo el mundo, algo imprescindible en un negocio enfocado al comercio internacional.

DAFO

El análisis DAFO (acrónimo formado por las iniciales Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), o SWOT, su equivalente en inglés (*Strengths* o fortalezas, *Weaknesses* o debilidades, *Opportunities* u oportunidades, *Threats* o amenazas), nos permite analizar el contexto competitivo de la empresa desde dos vertientes: externo e interno.

A continuación, en el siguiente cuadro, podemos el análisis estratégico de nuestra empresa.

Análisis INTERNO		Análisis EXTERNO	
Debilidades		Amenazas	
<p>Reducida conciencia ecológica de la mayor parte de los sectores de la población.</p> <p>Actual crisis económica: tasa de paro, escaso crecimiento económico y reducción del poder adquisitivo de las familias.</p>		<p>Precio comparativo respecto al bien sustitutivo (bandejas de poliespan, PET, polipropileno).</p> <p>Competencia de otros países en desarrollo como por ejemplo India.</p> <p>Crecimiento lento del mercado</p>	
Fortalezas		Oportunidades	
<p>Imagen favorable y positiva de los productos ecológicos.</p> <p>Producto 100% biodegradable 180 días.</p>		<p>Los consumidores están mostrando un creciente interés por los productos ecológicos.</p> <p>La normativa europea se está adaptando y modificando para promover los productos ecológicos.</p> <p>Mercado en expansión.</p>	

Promoción

YouGlobe-Traders tiene como principal objetivo, promover el uso y consumo de productos de envasado ecológico. Somos una empresa comprometida con el medioambiente y actuamos de acuerdo con nuestros principios. Por esta razón, hemos decidido utilizar un volumen mínimo de papel y optar por otros medios de promoción como Internet. En un primer momento esta acción puede resultar extraña y un tanto difícil, pero en la sociedad en la que vivimos lo virtual se impone a lo tradicional.

Hoy más que nunca, Internet se ha convertido en una herramienta para dar a conocer nuevos productos. En nuestro caso, Internet es la herramienta para ponernos en contacto con nuestros proveedores y clientes. Del mismo modo, es la clave para poder llevar a cabo una operación de estas dimensiones. Hoy en día, no disponer de un portal en Internet es síntoma de poca apertura y escasa o nula, adaptabilidad a la sociedad en la que vivimos. Además, conocemos lo novedoso de nuestro producto de manera que entendemos y aprobamos la relación existente entre novedad e Internet.

Dentro de las muchas opciones que este nos ofrece, consideramos hacerlo por tres vías: página web, Facebook y Twitter.

Desde Google podemos buscar el nombre de nuestra empresa (YouGlobe-Traders) y aparece como primer enlace, nuestra dirección.

www.youglobe-traders.com

Estamos en Facebook

Facebook se ha convertido en una magnífica herramienta de promoción a través de Internet (cuenta con 500 millones de usuarios y más de la mitad de ellos, se conectan casi a diario). Por este motivo, difundiremos nuestra filosofía y daremos a conocer a la sociedad los nuevos productos de envasado ecológico que existen en el mercado, a través de nuestra página profesional en Facebook.

Al igual que ocurre con los Perfiles, en estas Páginas se pueden incluir fotos, vídeos, enlaces y actualizaciones de estado, de forma que dichas actualizaciones llegan a la cuenta de Facebook de cada usuario vinculado, convirtiéndose en una muy buena posibilidad de comunicación y promoción hacia los clientes.



Búscanos como YouGlobe-Traders en Facebook

Estamos también en Twitter

Otra red social a la que nos hemos incorporado es Twitter. No es tan conocida como Facebook ya que solo cuenta con 200 millones de usuarios, pero la red gana popularidad día a día.



Búscanos en Twitter como YouGlobe-Traders

Cuantos más lugares utilicemos para nuestra promoción, más posibilidades tendremos de captar clientes y lo más importante, concienciar a la sociedad para que demande envases ecológicos en productos alimentarios.

Sin olvidar lo tradicional

Para ayudar a la promoción de nuestros productos, a nuestros clientes les aconsejaremos y proporcionaremos publicidad para los puntos de venta.

Utilizaremos una técnica de marketing directo, los denominados *stoppers*. Se colocarán en el propio punto de venta, sobresaliendo del lineal donde están colocados los productos para destacar la característica ecológica del envase, a los que el *stopper* hace referencia.



Como el *stopper* tiene un gran componente de impacto visual, hemos optado por la siguiente imagen que creemos, resulta bastante característica. Fondo verde para resaltar lo ecológico del producto.

Información en revistas especializadas del sector

- **Alimarket.** Información económica sectorial (área correspondiente al sector de la alimentación). Publicaciones Alimarket S.A. es la empresa líder en generación de contenidos de información económico – sectorial en España. Sus contenidos se difunden en distintos soportes: papel (Boletines, Revistas e Informes Anuales), digital (B.D de empresas y censos de establecimientos) y a través de la web (www.alimarket.es).
- **Infoagro.** Web que proporciona información técnica agrícola así como un listado de empresas agrícolas, precios de venta en origen y destino de producción agrícola y opciones de envasado de alimentación. (www.infoagro.com)
- **Guía técnica ainia de envase y embalaje.** Web dedicada a suministrar información sobre los diferentes envases y embalajes existentes en el mercado con el objetivo de ayudar a este sector a mejorar su competitividad. (www.guiaenvases.com)

Ferias Internacionales del sector

Algunas ferias en las que tenemos intención de participar y que van a celebrarse en España son las siguientes:

- **Fruit Attraction.** Esta feria tiene previsto celebrarse del 19 al 21 de octubre de 2011 en Ifema (Madrid). Pretendemos captar la atención de los productores y distribuidores de envases.
- **Hispack:** Feria Internacional del envase y embalaje. Tendrá lugar del 15 al 18 de mayo de 2012 en Barcelona.

Calendario de actividades

ABRIL (2011)

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8 EXPO AGRO	9	10
11 SALÓN INTERNACIONAL CLUB GOURMET	12 SALÓN INTERNACIONAL CLUB GOURMET	13 SALÓN INTERNACIONAL CLUB GOURMET	14 SALÓN INTERNACIONAL CLUB GOURMET	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	30 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	

MAYO (2011)

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
						1 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15 HISPACK
16 HISPACK	17 HISPACK	18 HISPACK	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JUNIO (2011)

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
		1	2	3	4	5
6	7 TV: PROGRAMA ARGUINANO	8	9	10 ARTÍCULO: ALIMARKET	11	12
13	14 TV: PROGRAMA ARGUINANO	15	16	17	18	19
20	21 TV: PROGRAMA ARGUINANO	22	23	24 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	25 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	26 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL
27	28 TV: PROGRAMA ARGUINANO	29	30			

JULIO (2011)

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1	2 ENTREVISTA: INFOAGRO	3
4	5 TV: PROGRAMA ARGUINANO	6	7	8	9	10
11	12 TV: PROGRAMA ARGUINANO	13	14	15	16	17
18	19 TV: PROGRAMA ARGUINANO	20	21	22	23	24
25	26 TV: PROGRAMA ARGUINANO	27	28	29 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	30 TALLERES EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL	31

Materiales/Soportes

Los materiales que vamos a utilizar y los soportes sobre los que trabajaremos durante nuestro plan de comunicación se atenderán a la idea de la empresa y seguirán los principios ecológicos establecidos por la misma.

La principal razón por la que hemos decidido actuar de esta manera es que debemos ser consecuentes con lo que queremos vender. Si predicamos una nueva sociedad concienciada con el medioambiente en la que todo el mundo debe aportar su granito de arena, nosotros seremos los primeros en dar ejemplo.

En primer lugar hablaremos de nuestro *catálogo de artículos*. Este es un instrumento básico e imprescindible para cualquier empresa que quiera promocionarse, con una característica clave para empresas muy jóvenes, como la nuestra, que no tienen mucho capital. El catálogo tiene un coste muy bajo lo que nos permitirá, desde un primer momento, contar con él. Aquí registraremos todos los productos con los que trabajamos con una descripción detallada de cada uno de ellos. El catálogo deberá reunir una serie de características diferenciadoras respecto a otros ya que representa una primera visión de la empresa. También deberá indicar, indirectamente, que somos una empresa responsable, seria, organizada y comprometida, sin resultar, a su vez, aburrido. Uno de los puntos clave en el que basaremos nuestro catálogo es que, en el caso de darlo en mano, en lugar de enviarlo por e-mail, los folios que utilicemos serán de papel reciclado.

También utilizaremos la imagen visual a través de un pequeño *vídeo informativo y promocional*. En el caso de que el cliente se interese por nosotros, tras haber visto el catálogo, el vídeo servirá para afianzar la imagen de la empresa y de nuestros productos. Generalmente, este tipo de vídeos no duran más de quince minutos, para mantener la atención de los clientes, por lo que el coste de realización tampoco será excesivamente elevado y nos lo podremos permitir desde un primer momento.

Otro de los soportes que queremos utilizar, pensamos que resultará muy innovador y tendrá gran aceptación entre nuestros clientes. Para continuar con uno de nuestros principios básicos de ahorrar papel, queremos distribuir *pen-drives*, como regalo promocional, que contengan tanto nuestro catálogo de artículos como el vídeo. De esta forma, una vez conseguido nuestro objetivo de darnos a conocer, los clientes podrán utilizarlo en sus labores cotidianas y tenernos siempre cerca.

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL



Contrato de compraventa

PURCHASE CONTRACT

In this day it has been mutually agreed between *Guangxi Nanning Sunpleasure Trading Co., Ltd.* located in *Room 515, fifth floor, Hao Zhuand, Nanhu - West Bank n°1, Ghangyuan Road, QuingXiu – District NanningCity, Guangxi, China 53002*, hereafter named de seller, and *MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA* , *Sociedad Anónima* located in *Calle de Campezo n°7, 28022 Madrid Spain* , hereafter named the buyer, that the seller sales and the buyer buys the below described commodity in the following terms and conditions.

Commodity: Biodegradable bagasse tableware food tray of the following characteristics:

ITEM	DIMENSION/MM	WEIGHT/GRAMS
SP - QT -01	207×130×20	15
SP - QT -02	209×107×35	17
SP - QT -03	210×150×20	16
SP - QT -04	215×165×50	28
SP - QT -05	270×170×30	26

Packing: Cardboard boxes.

Quantity: The number of boxes and trays depicted below allowing 5 % percent more or less at buyer's option, stowed in five 20' containers.

ITEM	TRAYS	BOXES
SP - QT -01	430.200	717
SP - QT -02	35.1000	585
SP - QT -03	23.7200	593
SP - QT -04	23.1200	578
SP - QT -05	29.3200	733

Shipment: Within 20 days after reception of the advance payment.

Price: The price per box in USD, FOB Shenzhen, as depicted below:

SP - QT -01	25,615
SP - QT -02	29,031
SP - QT -03	29,6
SP - QT -04	31,877
SP - QT -05	29,6

Payment: 30 % of main total contract price of USD 93.023, 60 (ninety three thousand twenty three point sixty US Dollars), this is: USD 27.907, 08 (twenty seven thousand nine hundred and seven point eight US Dollars) by telegraphic transfer to the seller's account with INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA whose details are described below:

- Beneficiary name in bank: GUANGXI NANNING SUNPLEASURE TRADING CO.,LTD
- Beneficiary bank name: INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA, GUANGXI BR
- Beneficiary bank address: 15-1 JIAOYU ROAD, NANNING, GUANGXI, CHINA
- Beneficiary Bank swift code: ICBKCNBJGSI
- Beneficiary account number: 210 211 000 931 400 1205

The balance 70% up to the total price of the quantity actually loaded, by irrevocable and confirmed letter of credit payable at sight against presentation of the following documents:

- Commercial invoice in triplicate.
- Full set bill of lading (3/3 original plus not less than 5 n^o copies), to the order, blank endorsed, marked "freight prepaid".
- Consignee: *MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A.*
- Notify party: MARITIMA DEL MEDITERRÁNEO, S.L J.J. Dómine 32, Valencia Telf. 963657886 Fax. 963658567
- Certificate of origin.
- Weight and quality certificate.

Arbitration: Any dispute, controversy or claim arising out of or relating to this contract, including the validity, invalidity, breach or termination thereof, shall be settled by arbitration in Hong Kong under the Hong Kong International Arbitration Centre Administered Arbitration Rules in force when the Notice of Arbitration is submitted in accordance with these Rules. The number of arbitrators shall be 3. The arbitration proceedings shall be conducted in English.

Madrid, on 3 May 2011

The buyer

MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA , S.A.

The seller

*Guangxi Nanning Sunpleasure
Trading Co., Ltd.*

Contrato de representación

CONTRATO DE REPRESENTACIÓN

COMPARECIENDO

De una parte *Don Lucas Bonet Sancristobal*, en nombre y representación, en calidad de administrador de la sociedad MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, *Sociedad Anónima* (el representado) con domicilio social en Calle de Campezo nº 28022 Madrid.

Y de otra *Irene Idoate Gárriz*, en nombre y representación de *YOUNGLOBE TRADERS, Sociedad limitada* (el representante) con domicilio social en Madrid, Calle Andrés Mellado 108, 7º Derecha.

Reconociéndose ambas partes capacidad legal suficiente para contratar, deciden celebrar el presente Contrato de Representación, de acuerdo con las siguientes,

ESTIPULACIONES

I. El representado que tiene como actividades principales las comercialización al por mayor y al por menor de productos agroalimentarios y de consumo, está interesado en la adquisición de bandejas biodegradables para comercialización de frutas y hortalizas al por mayor y para venta minorista.

II. El representante está interesado en colaborar con los representados en la consecución del objetivo enumerado.

III. Que a los efectos anteriormente citados ambas partes acuerdan firmar el presente contrato que se registrará por las siguientes cláusulas.

CLÁUSULAS

I. El representado nombra al representante como agente exclusivo de sus intereses en el ámbito de la negociación y adquisición de envases y embalajes biodegradables para sus productos agroalimentarios en la República Popular China.

II. El representante llevará a cabo, por cuenta del representado, las siguientes actuaciones:

- Localización y selección, en base a posibilidades reales de compra, de posibles proveedores para el representado.
- Presentación de ofertas y seguimiento de operaciones comerciales.
- Asesoramiento a los representados de los costos y la confección de escandallos.
- Seguimiento de la ejecución de las operaciones que se lleven a buen término incluyendo dentro de este apartado, el intercambio de información entre el representado y sus clientes así como la localización de los diferentes pagos a que den lugar las mismas.

III. El representado, por su parte, deberá:

- Abonar al representado una comisión del 7,5 % sobre el valor total de los productos adquiridos por mediación del representante durante la vigencia del contrato, y de un 2,5% por asesoramiento, entendiéndose que cualquier operación iniciada durante la vigencia del mismo tendrá esta consideración, con independencia de que su finalización pueda ser posterior a su fecha de vencimiento.
- La comisión será abonada al representante dentro de los 10 días naturales siguientes a la adquisición de la propiedad de la mercancía, debiéndose producirse el abono en Euros.

IV. El presente contrato entrará en vigor en la fecha de su firma y tendrá validez por 12 meses naturales, a contar desde esta fecha, siendo prorrogado automáticamente por periodos iguales, salvo denuncia expresa y por escrito de alguna de las partes, siendo necesario que dicha denuncia se efectúe antes de los 15 días naturales de la fecha del vencimiento del periodo que se encuentre en vigor.

V. Cualquiera de las partes tendrá derecho a la cancelación de este contrato, en caso de incumplimiento manifiesto de la otra parte de sus obligaciones contractuales.

V. Toda controversia que se derive del presente contrato se resolverá en el marco de la Corte Española de Arbitraje, por uno o dos árbitros, y de conformidad a su reglamento. Las partes hacen constar su compromiso de cumplir el laudo que se dictara.

VI.

En Madrid, a 21 de Abril de 2011.

El representado

MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, s.a.

El representante.

YOUGLOBE TRADERS, s.l.



ANÁLISIS COSTE-BENEFICIO DE LA OPERACIÓN



Tipo de cambio €/ \$ US

[1.4805](#)

<http://www.bolsamania.com>

ESCANDALLO (Incoterms 2010)-BAGAZO DE CAÑA DE AZÚCAR						
Gastos lineales (por contenedor)						
Coste producto						
Item bandeja	FOB Shenzhen USD/CTN	Cajas por contenedor de 20'	Bandejas por caja	Bandejas por contenedor	Total CTN USD	Total CTN €
SP - QT -01	25,615	717	600	430200	18365,96	12.405,24 €
SP - QT -02	29,031	585	600	351000	16983,14	11.471,22 €
SP - QT -03	29,6	593	400	237200	17552,80	11.855,99 €
SP - QT -04	31,877	578	400	231200	18424,91	12.445,06 €
SP - QT -05	29,6	733	400	293200	21696,80	14.655,05 €
Flete (1x20') DHL						
Guangzhou – Mad	2.927,10	USD			Euros	1.977,10 €
Shenzhen - Mad	2.852,10	USD			Euros	1.926,44 €
Gtos. Previos	500					
CPT	SP - QT -01	14.831,68 €				
	SP - QT -02	13.897,66 €				
	SP - QT -03	14.282,44 €				
	SP - QT -04	14.871,50 €				
	SP - QT -05	17.081,49 €				
	TOTAL	74.964,76 €				
Gastos porcentuales (por contenedor)						
Seguro	0,5%	Total valor CPT				
Gtos. Bancarios	0,8%					
Beneficio	10,0%					
Aranceles	0,0%					
Imprevistos	1,0%					
Suma %	12,2%					
				Precio unitario		
DAP	SP - QT -01	16.896,42 €		0,0393 €		
	SP - QT -02	15.832,37 €		0,0451 €		
	SP - QT -03	16.270,72 €		0,0686 €		
	SP - QT -04	16.941,78 €		0,0733 €		
	SP - QT -05	19.459,43 €		0,0664 €		
	TOTAL	85.400,73 €				

Escandallo

El escandallo nos permite determinar, aproximadamente, el precio de venta de la mercancía con relación a los factores que lo integran. Es uno de los factores a tener en cuenta en una operación de comercio exterior puesto que nos permite conocer, de forma aproximada, el análisis coste beneficio de la misma.

A continuación, analizaremos el escandallo de la importación de nuestro producto no sin antes, comentar brevemente determinados aspectos como las condiciones de entrega, compañía de transporte y la cotización de las divisas, que deben tenerse en cuenta de antemano, para su mejor comprensión.

En primer lugar, para regular las condiciones de entrega de nuestra transacción, hemos acordado con Sunpleasure adoptar los Incoterms de 2010. Conviene aclarar que los Incoterms se aplican al contrato de compraventa y no al contrato de transporte de la mercancía.

En segundo lugar, la compañía de transporte elegida, por las razones que anteriormente hemos explicado, es DHL desechando las otras compañías de transporte después de una comparativa. Por esta razón, el escandallo lo hemos calculado en base a las cotizaciones que nos han ofertado.

En lo referente a la cotización euro/dólar, se ha tomado como referencia la siguiente:

$$EUR/USD = 1,4805$$

Análisis pormenorizado de los elementos que componen el escandallo

En el escandallo analizamos los costes de los cinco tipos de bandejas que vamos a importar. Los ítems de cada una de las bandejas son los siguientes:

- SP – QT – 01
- SP – QT – 02
- SP – QT – 03
- SP – QT – 04
- SP – QT – 05

Debido a las diferencias de tamaño existentes entre las bandejas, el número de cajas por contenedor (CTN) de 20' varía entre 585 y 733 cajas. Del mismo modo, afecta a las bandejas por caja de forma que, el rango de éstas se encuentra comprendido entre 400 y 600 bandejas por caja. El total de bandejas por contenedor en función del ítem, podemos verlo en la siguiente tabla:

Item bandeja	Bandejas por contenedor
SP - QT -01	430200
SP - QT -02	351000
SP - QT -03	237200
SP - QT -04	231200
SP - QT -05	293200

En lo que al precio se refiere, la compañía Sunpleasure nos cotizó FOB Shenzhen en dólares estadounidenses (USD) por contenedor. El rango de precio varía entre 25,61USD y 31,87USD. En la siguiente tabla podemos ver qué precios se corresponden con cada tipo de bandeja.

Item bandeja	FOB Shenzhen USD/CTN
SP - QT -01	25,615
SP - QT -02	29,031
SP - QT -03	29,6
SP - QT -04	31,877
SP - QT -05	29,6

Si tenemos en cuenta el precio en USD por contenedor y el número de cajas que pueden almacenarse en cada uno, nos da el resultado total por contenedor. Los precios totales por contenedor en USD y euros (EUR) son los siguientes.

Item bandeja	Total CTN USD	Total CTN €
SP - QT - 01	18.365,95\$	12.405,24 €
SP - QT - 02	16.983,13\$	11.471,22 €
SP - QT - 03	17.552,80\$	11.855,99 €
SP - QT - 04	18.424,90\$	12.445,06 €
SP - QT - 05	21.696,80\$	14.655,05 €

EUR/USD=1,4805

Como ya hemos estudiado en el apartado de transporte, decidimos contratar el flete con DHL, lo que supone un total de 9.632 €.

Hemos previsto 500 euros de gastos comerciales en concepto de: muestras solicitadas a Sunpleasure a cargo de nuestra empresa (envío desde China a España), logo y página web de la empresa, desplazamientos, fotocopias y estudios consultados entre otros.

De todos estos gastos, anteriormente descritos, podemos calcular el valor CPT (*Carriage Paid To*) de la mercancía en euros. Un dato a tener en cuenta es el uso de los Incoterms 2010. Por esta razón, el contenedor es considerado transporte multimodal de forma que, el CPT (Incoterms 2010) es el equivalente al CFR (Incoterms 2000). El CPT comprende:

Total CTN en euros + Flete (Shenzhen – Valencia) + Gastos previos

CPT	SP - QT -01	14.831,68 €
	SP - QT -02	13.897,66 €
	SP - QT -03	14.282,44 €
	SP - QT -04	14.871,50 €
	SP - QT -05	17.081,49 €
Valor total CPT		74.964,76 €

Una vez explicados los gastos lineales del escandallo, pasaremos a explicar los gastos porcentuales del mismo. Estos gastos abarcan desde el seguro, los gastos bancarios, la comisión, el beneficio de la operación, los derechos de importación y los imprevistos.

Seguro

El seguro debería ser un tanto por ciento sobre el 110% del valor de la mercancía. Esto implica hacer uso del Incoterm CIP (*Carriage and Insurance Paid To*) como su cálculo es más complejo, hemos realizado una aproximación del mismo a 0.45% sobre el 100% del valor de la mercancía.

La propia DHL en la cotización que nos ha ofrecido, incluyó un seguro de transporte por la mercancía embarcada. En este caso, el coste es del 0.7% sobre el valor del envío + valor sobre el que quiera asegurar la mercancía.

Al margen de DHL, pedimos cotización directa a aseguradoras y nos ofrecieron las siguientes cotizaciones:

Seguros Generales.EU. nos ha cotizado 370 euros por el total de los cinco contenedores, lo que supone un 0,45% del valor CPT.

Mapfre, no nos ofreció cotización.

Después de las consultas realizadas a las compañías aseguradoras, optamos por Seguros Generales. EU. Por tanto, el seguro contratado para la operación es del 0,45% sobre el valor total CPT.

Gastos bancarios

Los gastos bancarios de la entidad financiera BBVA, que afectan a esta operación de importación suponen el 0,75 por mil en concepto de comisión de apertura del crédito documentario (medio de pago elegido) y un 0,2 por mil por el riesgo soportado. (*Ver condiciones del crédito documentario en la página 99 de Anexos*).

Comisión

La comisión que hemos establecido para esta operación de importación, por la prestación de nuestros conocimientos y servicios la desglosamos en:

- Agente de compra: 7,5% valor DAP
- Asesor de la operación: 2,5% valor DAP

Beneficio

Nuestro beneficio obtenido es igual a la suma de comisiones por lo tanto, hablamos de un beneficio del 10%.

Derechos de importación

Los derechos de importación aplicables a esta operación comercial son del 0% de forma que, no supone ningún coste adicional. En apartados anteriores del proyecto, queda explicado el por qué del mismo.

Imprevistos

Toda transacción comercial ya sea de importación o exportación, implica unos imprevistos a tener en cuenta en el conjunto del coste. Tras la consulta de diferentes estudios relacionados con este tipo de operaciones, hemos podido estimar y aproximar este coste en un 1%.

Los gastos descritos con anterioridad, suponen un 12,2% del total. Tras los gastos lineales y los porcentuales nos permite conocer el valor DAP (el lugar de destino convenido con el cliente es Madrid. No utilizamos el incoterm DDP porque no ponemos la mercancía a disposición del comprador en su almacén) y a partir de éste, el precio unitario. Este valor comprende los siguientes conceptos:

Valor CPT + proporción gastos porcentuales

En la siguiente tabla podemos ver el valor DAP total por contenedor y también, el valor unitario aproximado, para cada tipo de bandeja:

Precio unitario			
DAP	SP - QT -01	€ 16.896,42	0,0393 €
	SP - QT -02	€ 15.832,37	0,0451 €
	SP - QT -03	€ 16.270,72	0,0686 €
	SP - QT -04	€ 16.941,78	0,0733 €
	SP - QT -05	€ 19.459,43	0,0664 €
Valor total DAP		85.400,73 €	

CONCLUSIONES

El proyecto nos ha ayudado en muchos aspectos. Por un lado nos ha servido para aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos durante el curso, además de servirnos como un buen entrenamiento de cara a la vida laboral. Todo el trabajo en equipo ha sido muy ameno y los participantes en su totalidad han participado en el desarrollo del mismo.

Es importante señalar que el proyecto es viable desde el punto de vista económico, siendo el único problema que vemos el largo proceso de maduración que este requiere. Las continuas reuniones donde pusimos en común ideas y opiniones han sido útiles para que el proyecto fuera tomando forma. Aunque cada uno ha tenido sus funciones específicas dentro del proyecto todos los participantes tienen conocimiento del trabajo en su totalidad ya que de una u otra manera todos han colaborado en cada una de las partes de las que este está compuesto.

Todo el trabajo se ha realizado con vistas a una posible posterior puesta en marcha por lo que el realismo con él se asemeja a una operación completamente real, estudiados cada uno de los aspectos a poner en marcha, analizando posibles problemas y sugiriendo soluciones a los mismos.

Es de justicia indicar que no ha estado exento de dificultad, desde el comienzo con la búsqueda de nuevos proveedores hasta su maquetado, pasando por el transporte y seguro, entre otras cosas. Por lo que estas dificultades nos han ayudado a comprender el complejo funcionamiento de una operación import/export. Sin olvidar el marketing y la promoción del producto, muchas veces dado de lado, pero con una importancia cada vez mayor en la era de la información e Internet.



BIBLIOGRAFÍA



Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). *Base de datos e indicadores económicos.* <http://www.icex.es>

Instituto Nacional de Estadística (INE). *Base de datos.* <http://www.ine.es>

United Nations Statistics Division (unstats). *Base de datos.* <http://unstats.un.org>

The National Bureau of Economic Research. *Base de datos.* <http://www.nber.org>

U.S. Census Bureau. *Base de datos.* <http://www.census.gov>

UNcomtrade (United Nations Commodity Trade Statistics Database. Statistics Division). <http://comtrade.un.org>

Base de datos de comercio exterior. <http://aduanas.camaras.org>

Banco Mundial. *Indicadores económicos.* <http://www.bancomundial.org>

Coface. *Indicadores países.* <http://www.coface.com>

Agencia Tributaria. <http://www.aeat.es>

KOMPACT Connects Business to business (Motor de búsquedas de empresas mundial). *Búsqueda de proveedores.* <http://es.kompass.com>

Alibaba. *Búsqueda de proveedores.* <http://www.alibaba.com>

Guangxi Nanning Sunpleasure. *Proveedor de envases 100% biodegradables.* <http://www.nnsunpleasure.com>

Anhui Tianrui Environmental Technology Co., Ltd. *Proveedor de envases biodegradables.* <http://www.bio-tr.com>

Makro Cash & Carry España. <http://www.makro.es>

Carrefour España. <http://www.carrefour.es>

Mercadona. <https://www.mercadona.e>

El Corte Inglés. <http://www.elcorteingles.es>

Mercamadrid Internacional. <http://www.mercamadrid.es>

Grupo Marítima del Mediterráneo. Agencia marítima. <http://www.maritima.com>

Export Helpdesk. Consulta base derechos de importación. <http://exporthelp.europa.eu>

Reglamento (CE) Nº 732/2008 del Consejo de 22 de julio de 2008, *por el que se aplica un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período del 1 de enero de 2009 al 31 de diciembre de 2011 y se modifican los Reglamentos (CE) nº 552/97 y nº 1933/2006 del Consejo y los Reglamentos (CE) nº 1100/2006 y nº 964/2007 de la Comisión.*

Reglamento (CE) Nº 1789/2003 de la Comisión de 11 de septiembre de 2003, *por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) nº 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común.*

Circular de 1 de marzo de 2010, de la Secretaría General de Comercio Exterior, *relativa al procedimiento y tramitación de las importaciones e introducciones de mercancías y sus regímenes comerciales.*

Corrección de errores de la Circular de 1 de marzo de 2010, de la Secretaría General de Comercio Exterior, *relativa al procedimiento y tramitación de las importaciones e introducciones de mercancías y sus regímenes comerciales.*

LA LEY grupo Wolters Kluwer. “Asociación de Representantes Aduaneros Certificados OEA (2010). Legislación especial DUA 2010”. Grupo TARIC.

Norma europea UNE-EN 13432: *"Requisitos para embalajes recuperables a través de compostaje y biodegradación - Esquema de prueba y criterios de evaluación para la aceptación final de los embalajes"*

DHL España. *Compañía de transporte.* <http://aduanas.camaras.org>

Panarcos Internacional. *Empresa de transportes internacionales España.* <http://www.panarcos.com>

QuickCargo. *Transitarios internacionales.* <http://www.quickcargo.es>

Maersk Line. *Compañía de transporte internacional.* <http://www.maerskline.com>

Seguros Mapfre. *Compañía aseguradora.* <http://www.mapfre.com>

SegurosGenerales. EU. *Compañía aseguradora.* <http://segurosgenerales.eu>

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Entidad financiera.* <https://www.bbva.es>

Banca Cívica. *Entidad financiera.* <http://www.bancacivica.es>